

**ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DE LA EMISORA UNIVERSITAS ESTÉREO  
DEL MUNICIPIO DE EL CERRITO, A PARTIR DE LOS CONTENIDOS, EL ROL  
DE LOS INTEGRANTES, LA AUDIENCIA Y LO ADMINISTRATIVO**

**DIEGO FERNANDO PERDOMO VERGARA**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2014**

**ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DE LA EMISORA UNIVERSITAS ESTÉREO  
DEL MUNICIPIO DE EL CERRITO, A PARTIR DE LOS CONTENIDOS, EL ROL  
DE LOS INTEGRANTES, LA AUDIENCIA Y LO ADMINISTRATIVO**

**DIEGO FERNANDO PERDOMO VERGARA**

**Proyecto de grado para optar por el título de  
Comunicador Social- Periodista**

**Director  
HERNANDO VACA GUTIÉRREZ  
PHD.**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2014**

## **Nota de aceptación**

**Aprobado por el Comité de Grado en  
Cumplimiento de los requisitos  
Exigidos por la Universidad  
Autónoma de Occidente para optar al  
Título de Comunicador Social-  
Periodista.**

**María Eugenia Hernández Martínez**

---

**Jurado**

**Mónica Rueda**

---

**Jurado**

**Santiago de Cali, 01 de Octubre de 2014**

## **CONTENIDO**

<b>RESUMEN</b>	<b>10</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>14</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMA	15
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	16
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>17</b>
<b>3. OBJETIVOS</b>	<b>19</b>
3.1 OBJETIVO GENERAL	19
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
<b>4. MARCOS DE REFERENCIA</b>	<b>20</b>
4.1. ANTECEDENTES	20
4.2 MARCO CONTEXTUAL	22
4.3 MARCO TEÓRICO	25
4.3.1. La radio, un medio para todos	25
4.3.1.1. Radio comunitaria. s.	28
4.3.1.2. Gestión de la Radio Comunitaria	32
4.4. Estructura Organizacional. s.	34

<b>4.5. LA AUDIENCIA RADIOFÓNICA</b>	<b>37</b>
<b>4.6. LA PARTICIPACIÓN EN LA RADIO COMUNITARIA</b>	<b>43</b>
<b>4.7. SOSTENIBILIDAD DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS</b>	<b>50</b>
<b>4.8. COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL</b>	<b>55</b>
<b>4.9. ROL</b>	<b>59</b>
<b>4.4 MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>60</b>
<b>5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>63</b>
<b>5.1. GUÍA DE ENTREVISTAS DIRECTIVOS</b>	<b>63</b>
<b>5.1.1. Guía de entrevista integrantes</b>	<b>64</b>
<b>5.2. FORMATO DE ENCUESTA</b>	<b>65</b>
<b>5.2.1. Guía de entrevista Instituciones</b>	<b>65</b>
<b>5.3. ENFOQUE INVESTIGATIVO</b>	<b>65</b>
<b>5.4. INSTRUMENTOS</b>	<b>66</b>
<b>5.4.1. Entrevista Semi-estructurada</b>	<b>67</b>
<b>5.4.2. Encuesta</b>	<b>67</b>
<b>5.4.2.1. Fuentes</b>	<b>67</b>
<b>5.5. PROCEDIMIENTO</b>	<b>68</b>
<b>5.5.1. Fase 1: Exploración e indagación documental</b>	<b>68</b>
<b>5.5.2. Fase 2: Elaboración y Aplicación de los instrumentos</b>	<b>69</b>
<b>5.5.3. Fase 3: Análisis, clasificación y tratamiento de la Información</b>	<b>69</b>
<b>5.5.4. Fase 4: Elaboración Informe Final</b>	<b>69</b>
<b>6. LA RADIO COMUNITARIA EN COLOMBIA: HITOS E HISTORIAS</b>	<b>70</b>

<b>6.1. LA RADIO COMUNITARIA COMO CONCEPTO</b>	<b>73</b>
<b>6.1.1. Así funciona la radio comunitaria en Colombia</b>	<b>74</b>
<b>6.1.1.1. Una mirada crítica a la radio comunitaria</b>	<b>77</b>
<b>7. UNIVERSITAS ESTÉREO: APUNTES PARA UNA HISTORIA MEDIÁTICA</b>	<b>81</b>
<b>7.1. PRIMERO PASOS HACIA UNA RADIO COMUNITARIA</b>	<b>81</b>
<b>7.2. LA SEMILLA ESTABA GERMINANDO</b>	<b>82</b>
<b>7.4. LOS PRIMEROS SONIDOS DE UNIVERSITAS ESTÉREO</b>	<b>84</b>
<b>7.5. DIFICULTADES</b>	<b>84</b>
<b>7.6. PINTANDO EL FUTURO</b>	<b>85</b>
<b>8. ESTRUCTURA DE LA EMISORA COMUNITARIA UNIVERSITAS ESTÉREO</b>	<b>87</b>
<b>8.1 DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS</b>	<b>87</b>
<b>8.2. CONTENIDOS</b>	<b>87</b>
<b>8.3. ROL DE LOS INTEGRANTES</b>	<b>90</b>
<b>8.4. AUDIENCIA</b>	<b>91</b>
<b>8.5. ADMINISTRATIVO</b>	<b>116</b>
<b>8.5.1. Integrantes de la emisora</b>	<b>118</b>
<b>8.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS</b>	<b>120</b>
<b>8.6.1. Contenidos</b>	<b>120</b>
<b>8.6.2. Rol de los integrantes</b>	<b>123</b>
<b>8.7. AUDIENCIA</b>	<b>125</b>
<b>8.7.1. Administrativo</b>	<b>129</b>

<b>8.8. INTEGRANTES DE LA EMISORA Y COMO CONCIBEN LA RADIO COMUNITARIA</b>	<b>131</b>
<b>9. RESULTADOS</b>	<b>135</b>
<b>9.1. ESTRUCTURA UNIVERSITAS ESTÉREO</b>	<b>135</b>
<b>10. CONCLUSIONES</b>	<b>140</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>151</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>157</b>

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
<b>Figura 1. Estructura Organizacional Básica de una emisora comunitaria</b>	<b>33</b>
<b>Figura 2. Organigramas de integración. Modelo 3B</b>	<b>34</b>
<b>Figura 3. Consola de Audio para emisora</b>	<b>79</b>
<b>Figura 4. Gráfico. Género encuestados</b>	<b>93</b>
<b>Figura 5. Gráfico. Escolaridad</b>	<b>94</b>
<b>Figura 6. Gráfico. Edades</b>	<b>95</b>
<b>Figura 7. Gráfico. ¿A través de qué medio escucha emisoras?</b>	<b>96</b>
<b>Figura 8. Gráfico. ¿Con qué frecuencia escucha radio?</b>	<b>97</b>
<b>Figura 9. Gráfico. ¿Cuándo fue la última vez que escuchó radio?</b>	<b>98</b>
<b>Figura 10. Gráfico. ¿Conoce qué es una emisora comunitaria?</b>	<b>99</b>
<b>Figura 11. Gráfico. ¿Sabe usted que en el municipio de El Cerrito existe una emisora comunitaria?</b>	<b>100</b>
<b>Figura 12. Gráfico. ¿Ha escuchado alguna vez la emisora Universitas Estéreo?</b>	<b>101</b>
<b>Figura 13. Gráfico. ¿Qué tipo de programas escucha en la emisora?</b>	<b>102</b>
<b>Figura 14. Gráfico. No, indique ¿por qué?</b>	<b>103</b>
<b>Figura 15. Gráfico. ¿Le gusta la emisora?</b>	<b>104</b>
<b>Figura 16. Gráfico. ¿Ha participado alguna vez en la emisora?</b>	<b>105</b>
<b>Figura 17. Gráfico. A. SÍ, indique ¿Cómo ha sido esa participación?</b>	<b>106</b>
<b>Figura 18. Gráfico. B. NO, indique ¿Por qué?</b>	<b>107</b>
<b>Figura 19. Gráfico. ¿Considera que la emisora Universitas Estéreo contribuye al fortalecimiento de los valores y costumbres del municipio?</b>	<b>108</b>



<b>Figura 20. Gráfico. ¿Considera que la emisora en sus programas promueve las manifestaciones culturales y artísticas de El Cerrito?</b>	<b>109</b>
<b>Figura 21. Gráfico. ¿Que el municipio de El Cerrito cuente con una emisora comunitaria le parece?</b>	<b>110</b>
<b>Figura 22. Gráfico. ¿Qué temas le gustaría que se abordaran en los programas de la emisora Universitas Estéreo?</b>	<b>111</b>
<b>Figura 23. Gráfico. ¿Sabe usted que puede participar de la emisora Universitas Estéreo en la elaboración de programas o través de la junta de programación?</b>	<b>112</b>
<b>Figura 24. Gráfico. ¿En Qué aspectos se fija a la hora de escuchar una emisora?</b>	<b>113</b>

## **LISTA DE ANEXOS**

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo A. Cronograma y recursos</b>	<b>157</b>
<b>Anexo B. Parrilla de programación Emisora Universitas Estéreo</b>	<b>160</b>
<b>Anexo C. Formato de Encuesta</b>	<b>161</b>
<b>Anexo D. Guía de entrevistas.</b>	<b>165</b>

## RESUMEN

El presente Trabajo de Grado versa sobre un *Análisis de la estructura de la emisora Universitas Estéreo del municipio de El Cerrito, a partir de los contenidos, el rol de los integrantes, la audiencia y lo administrativo*. La investigación tiene un enfoque cualitativo y se valió de técnicas como la entrevista semi-estructurada y la encuesta para la recolección de datos, lo que permitió conocer la percepción de los directivos e integrantes del medio, y los diferentes sectores de la comunidad. Contextualiza el surgimiento de la radio comunitaria en Colombia y Latinoamérica y profundiza en las características de los medios comunitarios, desde la legislación colombiana y los planteamientos teóricos de expertos.

La investigación construye la historia mediática de la emisora Universitas Estéreo a partir del relato y las historias de sus integrantes. Dentro de los resultados más relevantes se destaca que la emisora logra un importante reconocimiento por parte de la comunidad. Sin embargo, la participación de la audiencia en Universitas Estéreo se restringe a métodos convencionales propios de los medios comerciales (llamadas telefónicas y participación en redes sociales) y no trasciende a una participación en instancias administrativas y la realización de programas. También se evidencia que la parrilla de programación de la emisora tiene una marcada orientación hacia los contenidos musicales, situación que podría desdibujar su rol y los principios de la radio comunitaria.

**Palabras clave:** Radio comunitaria, radio, participación, programación, audiencia, estructura organizacional

## INTRODUCCIÓN

La radio comunitaria como espacio promotor de participación, tendiente a promover y fortalecer los valores locales, merece especial atención por ser una noción que hace más cercana la comunicación y que posibilita la interacción de las comunidades. Una muestra del papel que ha ejercido la radio comunitaria se puede evidenciar en el papel que jugó Radio Sutatenza en la década de los 40, cuando a través de la radio se alfabetizaba a los campesinos de lugares apartados del País.

La radio comunitaria se ha consolidado a lo largo de su historia como un medio de comunicación capaz de gestar procesos de cambio, de mostrar lo desconocido y de propiciar procesos de transformación social. No obstante, el contexto en el que se desenvuelven y su funcionamiento ha ido evolucionando, pero lo que se mantiene es el sentido de lo comunitario, de promover la participación y estar de cara al servicio a la comunidad. Por lo que se hace necesario centrar la mirada en la forma en que se entienden y desarrollan este tipo de experiencias radiofónicas en la actualidad.

El presente estudio se centra en el análisis de la estructura de la emisora comunitaria Universitas Estéreo, del municipio de El Cerrito, en el Departamento del Valle del Cauca, desde los contenidos, el rol de los integrantes, la audiencia y lo administrativo. La investigación es de tipo cualitativo y se valió de instrumentos como la entrevista y la encuesta.

El capítulo cuatro se concentra en develar y presentar los planteamientos teóricos de los autores que orientan la presente investigación, entre los que se encuentran Claudia Villamayor, Ernesto Lammas, Luis Alfonso Gumucio y Bertolt Brecht.

En el capítulo seis, titulado: La radio Comunitaria en Colombia: Hitos e Ideas, se hizo una contextualización sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en el País, también se da cuenta de la manera en que se legalizó este tipo de medios, el marco normativo, experiencias que se constituyeron en ejemplo a nivel de Latinoamérica, como el caso de radio Sutatenza y las Radios Mineras de Bolivia, y las dificultades más importantes que viven estos medios en el contexto colombiano.

El séptimo, se centra en construir la historia de Universitas Estéreo y mostrar el contexto en el que nace y su evolución durante sus 17 años de funcionamiento, a partir de los relatos y anécdotas de quienes estuvieron en la gestación del proyecto. Lo que permite entender muchas de sus prácticas y procesos que llevan adelante en su quehacer.

Y en el capítulo ocho, se recogen los datos obtenidos durante la aplicación de los instrumentos utilizados para la recolección de datos. Allí se articulan los resultados obtenidos durante todo el proceso con miras a responder los objetivos propuestos en el estudio.

Los resultados hallados, entre otras cosas, arrojan que los contenidos de tipo musical tienen una mayor presencia dentro de la parrilla de programación de Universitas Estéreo. También se evidencia que la emisora goza de alto reconocimiento entre sus habitantes, pero no logra modos de participación que trasciendan los que se dan en la radio de carácter comercial. No se cuenta con estudios de audiencia que les suministren información sobre los gustos de sus oyentes y el impacto que están teniendo sus contenidos en el contexto en el que operan, etc.

## 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La radio comunitaria se ha considerado como un espacio que permite fortalecer las ideas y pensamiento de la comunidad; siendo sus necesidades, virtudes y valores lo que debe predominar en este tipo de emisoras. Su razón de ser es brindar espacios de participación y democratizar la comunicación. En este tipo de medios el protagonista es la comunidad, la cual debe estar involucrada en los procesos ya sea administrativos o de producción de contenidos.

Según el decreto 1981 de 2003:

El Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora es un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales. Por tanto, todos los concesionarios tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados<sup>1</sup>.

La responsabilidad de los medios alternativos es grande, porque es ahí donde las personas que no tienen acceso a los medios de carácter comercial tienen un lugar para dar a conocer las diferentes expresiones que definen su forma de ser. No se podría hablar de radio comunitaria si quienes la hacen son personas ajenas a las ideas de la comunidad o si en ella aparecen contenidos que no tienen nada que ver con el lugar donde está ubicada.

---

<sup>1</sup> COLOMBIA. MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Decreto 1981 de 2003. "Por el cual se reglamenta el Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones" [en línea]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8814>

Y es que “En las emisoras locales, en efecto, los ciudadanos se ven reflejados, miran sus problemas e imaginan soluciones, hablan entre sí, suenan sus músicas preferidas, cruzan opiniones y se organizan para mejorar su calidad de vida”<sup>2</sup>.

Sin embargo, en la actualidad existen casos de emisoras que se autodenominan como comunitarias, pero su manejo administrativo, los contenidos, los modos de organización y la relación con las audiencias, guardan cierta similitud a las emisoras comerciales, las cuales tienen un objetivo diferente. Es común escuchar emisoras comunitarias que tienen más programas musicales que contenidos que permitan generar mayor interacción y que estén relacionados con el sentir de la comunidad.

Es por eso, que este proyecto tiene la intención de analizar la estructura de la emisora Universitas Estéreo de El Cerrito, en el Departamento del Valle del Cauca, desde los contenidos, el rol de los integrantes, la audiencia y lo administrativo. Lo anterior nos permite reflexionar sobre su quehacer y actividad dentro del contexto en el que se mueve y si está en concordancia con los fines de la radiodifusión comunitaria. Si sus contenidos son incluyentes y al mismo tiempo dilucidar la relación emisora-comunidad, además del perfil de quienes participan en la elaboración de los distintos programas.

Como se ha mencionado, a la radio comunitaria son varias las funciones que se le han encomendado, pero resulta necesario conocer de forma integral sus acciones y la manera en que se concibe y se pone en práctica por parte de quienes la piensan y la ejecutan.

## **1.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMA**

¿Cuál es la estructura de la emisora comunitaria Universitas Estéreo del municipio de El Cerrito, en el departamento del Valle del Cauca, a partir de los contenidos, el rol de los integrantes, la audiencia y lo administrativo?

---

<sup>2</sup> LÓPEZ VIGIL, Ignacio José. Manual Urgente Para Radialistas Aficionados. [en línea]. [Consultado 16 de Agosto de 2013]. Disponible en Internet: [http://www.radialistas.net/manual\\_urgente/ManualUrgenteRadialistas.pdf](http://www.radialistas.net/manual_urgente/ManualUrgenteRadialistas.pdf)

### **1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿Cómo es la estructura de la emisora comunitaria Universitas Estéreo desde los contenidos, el rol de los integrantes, la audiencia y lo administrativo?
- ¿Cuál es la percepción que los habitantes del municipio de El Cerrito tienen sobre la emisora Universitas Estéreo?
- ¿Quiénes son los integrantes de la emisora comunitaria Universitas estéreo y cómo conciben la radio comunitaria?
- ¿La estructura de Universitas Estéreo es acorde a los principios que rigen la radio comunitaria?



## 2. JUSTIFICACIÓN

La Radio comunitaria desde sus inicios ha sido vista como un espacio de diálogo, participación y representación de los aspectos culturales y sociales de una comunidad o grupo específico, en donde su verdadera esencia consiste en la capacidad de escuchar, plasmar y difundir el pensamiento de aquellos que no tienen un espacio en el cual puedan verse reflejados.

Son estos medios los llamados a construir lo local, a difundir las ideas que no tienen espacio en los medios masivos y sobre todo a promover esos sonidos, ideas y genialidades que solo se pueden cristalizar en municipios, veredas y corregimientos. En ese orden de ideas, estudiar la radio comunitaria se convierte en la posibilidad de dar cuenta de cómo se está entendiendo este medio alternativo y como las comunidades lo perciben.

Para la academia, este estudio es una oportunidad de aproximar su saber a los saberes de la gente y para la sociedad, en general, es fundamental la socialización de sus prácticas y formas de participación y construcción de ciudadanía. De ahí el interés por la Radio Comunitaria, entendida como la posibilidad de lograr procesos de desarrollo, de participación, de acceso a los medios y una forma de dar a conocer lo desconocido.

También es pertinente porque desde Latinoamérica a lo largo de estos años se han construido experiencias de radio comunitaria que han sido un referente a nivel mundial, no se puede olvidar casos como el de Radio Sutatenza y su objetivo de alfabetizar el campesinado colombiano, ni las Radios Mineras en Bolivia que sirvieron como espacio para la reivindicación de la clase obrera. Tampoco se puede obviar que desde este continente se han pensado modelos de comunicación alternativos con miras a que la comunidad se empodere de esta y aporte al desarrollo de la gente.

En ese sentido, abordar la radio comunitaria desde los programas de comunicación social es mantener el interés por profundizar en los modelos de comunicación propuestos desde este continente y comprender hacia donde apuntan las actividades y centran su mirada los medios comunitarios en la actualidad, si se entiende que el contexto ha cambiado y eso supone nuevos enfoques y a la vez la necesidad de continuar indagando sobre estas experiencias desde la academia.

En el caso personal, he tenido la oportunidad de hacer radio comunitaria, lo que explica mi interés en esta propuesta de investigación, pues observo en estos medios la oportunidad de gestar nuevas formas de contar, de propiciar maneras de entender lo local, hacer cercana la comunicación y asumirla como algo que aporta a la transformación social.

Se eligió Universitas Estéreo por ser un medio de amplia trayectoria, pues desde hace más de 17 años se encuentra al aire y fue una de las primeras radios adjudicadas por el gobierno nacional tras la puesta en marcha de la radiodifusión comunitaria, lo cual posibilita ver cómo se lleva a la práctica un medio de estas características, su sostenibilidad y los factores que influyen en su elaboración de contenidos y formas de relacionarse con la comunidad, las dinámicas administrativas y el rol de sus integrantes.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Analizar la estructura de la emisora comunitaria Universitas Estéreo del municipio de El Cerrito, en el departamento del Valle del Cauca, a partir de los contenidos, el rol de los integrantes, la audiencia y lo administrativo.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Describir la estructura de la emisora comunitaria Universitas Estéreo desde los contenidos, el rol de los integrantes, la audiencia y lo administrativo.
- Identificar la percepción que los habitantes del municipio de El Cerrito tienen sobre la emisora Universitas Estéreo.
- Establecer quienes son los integrantes de la emisora comunitaria Universitas estéreo y como conciben la radio comunitaria.
- Analizar si la estructura de la Universitas Estéreo es acorde a los principios que rigen la radio comunitaria.

## 4. MARCOS DE REFERENCIA

### 4.1. ANTECEDENTES

En la búsqueda de información sobre trabajos relacionados con el presente estudio, se logró hallar aspectos que van desde la normatividad, su propósito, la interacción con la comunidad y los contenidos que se abordan desde el quehacer de estos medios.

La indagación para la construcción de este estado del arte, se realizó a través de la web y se extendió a algunas bases de datos de universidades, siendo la web el lugar en donde se encontraron las investigaciones que se abordaran en este documento. En este acercamiento se halló la investigación: Características, alcances sociales e impacto del servicio de radio difusión comunitario en Colombia, realizada por la Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga en el año 2008, en la cual se hace un diagnóstico que permite generar un acercamiento hacia la definición de las formas de participación y los avances que ha tenido la radiodifusión comunitaria en Colombia.

También encontramos la tesis de grado Modelo Operativo de Radio Comunitaria como espacio promotor de la participación democrática, movilización social y autogestión comunitaria en comunidades vulnerables del departamento del atlántico: Estudio de caso.

En esta tesis se considera que:

El caso de la emisora comunitaria del Municipio de Malambo, “Sensación Estéreo”, plantea un modelo de radio comunitaria cuyo trabajo desde lo social se constituye en un efecto de recordación importante para la población, teniendo en cuenta el alto índice de participación social en el desarrollo de sus espacios de programación. Sin embargo, la receptividad de la comunidad obedece a alternativas de entretenimiento a partir de formas sin contenido y, en menor escala, a espacios de democratización de la palabra, generados desde propuestas innovadoras de movilización frente a la pasividad social de lo que aqueja a uno y a todos.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>. ESCALLON GARCÍA, Flor. Modelo Operativo de Radio Comunitaria Como Espacio Promotor de la Participación Democrática, Movilización y Autogestión Comunitaria en Comunidades Vulnerables del Departamento del Atlántico: Estudio De Caso [en línea]. Tesis Maestría en Desarrollo Social.

Esta última estudia las formas de participación que se gestan desde la radio comunitaria, a través de las temáticas y los espacios que se disponen a la comunidad y que sirven de punto de partida para estudiar si en realidad se está cumpliendo con el rol de medio alternativo.

Ambos trabajos se enfocan en los contenidos emitidos por estas emisoras y su función social. En las emisoras comunitarias la mayor parte de los programas son de corte musical superando de esta manera otro tipo de contenidos relacionados con discusiones que inciden en las comunidades.

Es por esto que se considera que “En términos generales, las emisoras comunitarias en Colombia tienen capacidad para expresar los intereses y necesidades de sus oyentes, pero es necesario dedicar más esfuerzos a la realización de programas que respondan a sus necesidades relacionadas con orientación sexual, educación y problemáticas de sus comunidades específicas”<sup>4</sup>.

Y es que pensar que las emisoras comunitarias tienen más programas musicales que de contenido social, invita a reflexionar sobre la forma en que se está concibiendo el motivo por el que fueron creados estos medios y la manera como la comunidad en general los define.

Las ventanas que quedan abiertas son varias, ya que se ha considerado pertinente que la participación de la comunidad se geste también en función de la veeduría, pues “El ejercicio del control social y veeduría sobre la emisora no posee en la práctica gran importancia para los oyentes ni para la mayoría de las emisoras”<sup>5</sup>.

Adicionalmente se plantea la necesidad de reconocer las audiencias, pues como lo manifiesta uno de los textos abordados, existe un grado de desconocimiento frente a estas. Las juntas de programación también, deben de ocupar un papel trascendental a la hora de determinar las formas de participación ya que estas representan los diversos sectores de la comunidad.

---

Barranquilla: Universidad del Norte, 2006. 104 p. [Consultado 16 de Agosto de 2013]. Disponible en Internet: <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/10584/665/1/22515943.pdf>

<sup>4</sup> Características, alcances sociales e impacto del servicio de radiodifusión comunitario en Colombia. Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga, 2008. [en línea]. [Consultado 16 de Enero de 2013]. Disponible en: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/Radiodifusion%20Sonora/diagnosticoelservicio%20radio%20comunitaria/Investigacion.pdf>

<sup>5</sup> Ibíd., p. 15.

Respecto a los autores se puede decir que desde todo punto de vista es necesaria una revisión bajo la perspectiva de la comunicación alternativa, la legislación que acoge a estos medios y una definición clara de lo que significa participación. Para tal fin es pertinente abordar a autores como Jesús Martín Barbero, José Manuel Cálvelo y Alfonso Gumucio, quienes son citados en los trabajos que han sido tenidos en cuenta para la elaboración de este estado del arte y que aparecieron de manera reiterativa en otros documentos a la hora de definir los medios alternativos.

Referente a la metodología de las investigaciones encontradas, se puede decir que ambas fueron orientadas desde lo cualitativo y cuantitativo. Hicieron uso de técnicas como la entrevista en profundidad, encuestas e instrumentos tales como los cuestionarios diferenciados y segmentaron de manera acertada los públicos de interés: Expertos, oyentes, entidades y representantes de las propias emisoras. Lo anterior se puede considerar como una decisión que permite estudiar el caso de una manera más integral, algo que debe ser tenido en cuenta a la hora de establecer la metodología de este primer acercamiento de trabajo.

Ya para finalizar, es necesario indicar que la presente indagación para la construcción del estado del arte del tema sobre Radio Comunitaria significa un gran aporte en referencia a lo metodológico y nos brinda elementos sobre lo que es el funcionamiento y contenidos de estas.

## **4.2 MARCO CONTEXTUAL**

La presente investigación se desarrolla en el municipio de El Cerrito, en el Departamento del Valle del Cauca, “fundado en 1825 por el presbítero Manuel José Guzmán, fue declarado municipio en 1846. Su territorio está dividido en dos regiones: una plana a orillas del río Cauca y otra montañosa en la cordillera central. El Cerrito es región Agrícola e industrial”<sup>6</sup>

El Municipio limita “al norte con los Municipios de Guacarí, Ginebra y Buga, al oriente con el Departamento de Tolima y el Municipio de Palmira, al sur el Municipio de Palmira y al occidente el Municipio de Vijés”<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Información General municipio de El Cerrito [en línea]. [Consultado 02 de Agosto de 2013]. Disponible en Internet: [http://elcerrito-valle.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://elcerrito-valle.gov.co/informacion_general.shtml)

<sup>7</sup> Ibíd., Disponible en Internet: [http://elcerrito-valle.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://elcerrito-valle.gov.co/informacion_general.shtml)

La emisora Universitas Estéreo fue adjudicada en el año 1997 a la Fundación Centro Cultural Universitas, entidad dedicada a promover y fortalecer la cultura en el municipio desde el año 1966.

La misión de la fundación Centro Cultural Universitas es “Recuperar, conservar y divulgar el patrimonio arqueológico e histórico y demás bienes culturales tangibles e intangibles que conforman la identidad de nuestro municipio, a través del fomento, apoyo y desarrollo de procesos culturales en las diferentes manifestaciones del arte, la cultura, la ciencia y la tecnología, respetando para ello la diversidad étnica y cultural de cada región”<sup>8</sup>

Por su parte la visión de la Fundación Centro Cultural Universitas está orientada a “...lograr la plena convivencia social e identidad cultural del municipio”<sup>9</sup>

Los programas que adelanta la fundación de manera permanente son: escuela taller de teatro, campañas de conservación del medio ambiente, campañas de protección y capacitación al desplazado, programas de formación no formal e informal.

La Fundación Centro Cultural Universitas se destaca por la organización de eventos que buscan promover las costumbres locales y de carácter nacional, es por eso que durante los últimos años ha venido desarrollando el Festival Isaacsiano de la Cultura en honor al escritor Jorge Isaacs. Dicho evento es un encuentro artístico donde se reúnen las diversas manifestaciones del arte: pintura, declamación, poesía y presentaciones artísticas de grupos musicales y de danzas del país.

La institución desarrolla o coordina los siguientes programas:

**Festival Juvenil de la Cultura** en el mes de Marzo.

**Semana Santa.** Se participa en la organización y coordinación en la parte logística.

**Festival Isaacsiano de la Cultura.** Encuentro artístico colombiano. Se realiza en el marco del aniversario de fundación de la Institución (Mayo 22).

---

<sup>8</sup> Ibíd., Disponible en Internet: <http://www.fundauniversitas.com/p/fundauniversitas.html>

<sup>9</sup> Ibíd., Disponible en Internet: <http://www.fundauniversitas.com/p/fundauniversitas.html>

**Peña Artística y Cultural.** Se realiza en el marco del aniversario de fundación de El Cerrito (Agosto 30).

**Festival Indoafrohispanoamericano.** Encuentro pluriétnico y Cultural en Octubre.

**Aguinaldo Cerriteño.** Encuentro de juegos tradicionales y callejeros. Concursos de pesebres, villancicos y platos navideños y elaboración del pesebre en jornadas diarias con figuras móviles de acuerdo a los pasajes bíblicos.

**Jornadas Culturales de integración Municipal.** Espacios abiertos a la Comunidad, para formación de públicos en los barrios, corregimientos y veredas.<sup>10</sup>

La emisora Universitas Estéreo 89.0 FM, que se encuentra al aire desde el 21 de Junio de 1997, es uno de los proyectos más importantes de la Fundación Centro Cultural Universitas y se constituye en el centro del presente estudio. La emisora tiene una trayectoria de 17 años y es una de las primeras que en ese entonces adjudicó el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Universitas Estéreo tiene como representante legal, al señor Armando Nieto Navia, quien es el actual Presidente de la Fundación Centro Cultural Universitas, y la Directora Administrativa es la señora Adriana Atehortúa. Actualmente cuenta con 6 programas permanentes y otros 2 que solo se emiten en momentos específicos del año.

De acuerdo con el Manual de Estilo de la emisora, esta ha hecho participe a distintos sectores de la comunidad como la colonia nariñense, personas en situación de discapacidad, alcohólicos anónimos, la Administración Municipal a través de la secretaria de tránsito y de salud; además de la asociación de Melómanos, la Cruz Roja, entre otras.

La máxima autoridad es ejercida por la Asamblea General, la Junta Directiva en cabeza del Presidente o Representante Legal, la Dirección Ejecutiva. El Departamento de Comunicación, en cabeza del director de la emisora, quién

---

<sup>10</sup> Ibid., Disponible en Internet: <http://www.fundauniversitas.com/p/fundauniversitas.html>



conjuntamente con el equipo técnico y la Junta de Programación, coordina, programan y desarrollan las actividades propias de la emisora.<sup>11</sup>

La emisora tiene sus estudios en la sede de la Fundación Centro Cultural Universitas, en la Carrera 12 # 7-10 del municipio de El Cerrito y su cobertura es local. Universitas Estéreo cuenta con una (1) persona vinculada de manera directa para ejercer el cargo de operador de sonido, las demás personas lo hacen de manera informal y realizan los distintos programas que se emiten por la emisora.

### **4.3 MARCO TEÓRICO**

Para la comprensión del presente trabajo se decidió abordar las siguientes categorías: Radio, Radio Comunitaria, Audiencia, Gestión de la radio comunitaria, estructura organizacional, la participación en la radio comunitaria, sostenibilidad de los medios comunitarios, comunicación para el cambio social y rol.

**4.3.1. La radio, un medio para todos.** De la radio se ha dicho que es un medio de comunicación que acompaña a su audiencia, que logra llegar a los lugares más apartados gracias a su gran cobertura y también se ha manifestado de ella, la radio, que es protagonista de procesos sociales y da lugar a diferentes manifestaciones de las comunidades.

Según Alfonso Gumucio “La radio ha sido durante más de cincuenta años el instrumento más atractivo para la comunicación y el desarrollo participativo. Sin duda es la herramienta comunicacional más extendida en el mundo y el medio ideal para provocar cambios sociales”<sup>12</sup>.

Para M.<sup>a</sup> Carmen Gascón Baquero este medio es “protagonista por su especial capacidad para alumbrar ideas entre sus oyentes, para estimular la imaginación, característica vital de nuestro y de su desarrollo. En la radio cada mensaje sonoro puede transformarse en una imagen pensada o inconsciente, imagen de símbolos,

---

<sup>11</sup> Manual de Estilo Emisora Comunitaria Universitas Estéreo, El Cerrito -Valle del Cauca.

<sup>12</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. HACIENDO OLAS: historias de comunicación participativa para el cambio social. New York, NY: The Rockefeller Foundation, 2001. 356 p

colores dimensiones individuales, imagen sensible y entusiasta. La radio procuradora de oportunidades para todos, incitadora a la participación, colaboradora de utópicos y luchadores”<sup>13</sup>.

La radio se ha constituido para muchas comunidades en la oportunidad de participar de los medios de comunicación por ser de fácil acceso y no requerir de grandes inversiones, Gumucio en el contexto de la comunicación participativa y para el cambio social dice que:

... la radio ofrece varias ventajas comparativas en relación con otros medios. Primero, la relación costo-beneficio es muy conveniente desde el punto de vista de la inversión, tanto para quienes instalan una radio como para la audiencia. Segundo, la radio es pertinente en su lenguaje y su contenido, ideal para llegar a la masiva población analfabeta que permanece marginada, especialmente en áreas rurales del Tercer Mundo. Tercero, la radio puede vincularse estrechamente a las tradiciones, a la cultura y a las prácticas locales. Cuarto, una vez que la inversión inicial en equipos ha sido realizada, la sostenibilidad es posible, aunque dependiendo del nivel de participación comunitaria. Quinto, en cuanto a su alcance y cobertura geográfica, la radio tiene enormes ventajas sobre los demás medios. Por último, y no menos importante, la convergencia entre radio e Internet insufla una energía nueva a la radio comunitaria y ha acrecentado enormemente las oportunidades de constituir redes<sup>14</sup>.

Berttold Brecht, en las teorías de la radio, visionó este medio de comunicación como un instrumento que debía insertarse en la vida pública y superar una práctica meramente de transmisor y más bien dar espacio a quienes la oían, en pocas palabras ser un medio democrático. Brecht, proponía “hacer en principio de la radiodifusión un aparato de comunicación de la vida pública”<sup>15</sup>

“La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él. La radiodifusión debería en consecuencia apartarse

---

<sup>13</sup> GASCON BAQUERO, M. <sup>a</sup> Carmen. La radio en la educación no formal. Perú-Barcelona (España).Ediciones CEAC, 1991. 121 p.

<sup>14</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. HACIENDO OLAS: Historias de Comunicación Participativa Para el Cambio Social. Op. cit., p. 21

<sup>15</sup> BRECHT, Berttold. Teorías de la radio. En: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Mayo-Agosto, 2003. Vol. V, no. 2, p. 5-16.

de quienes la abastecen y constituir a los oyentes en abastecedores. Por ende, todos los esfuerzos de la radiodifusión en conferir realmente a los asuntos públicos el carácter de cosa pública, son absolutamente positivos”<sup>16</sup>.

Esa visión de la radio se puede asociar a las experiencias de radio comunitaria que se han dado en Latinoamérica, en países como Colombia y Bolivia donde ha estado ligada a las luchas sociales, procesos educativos y la intención de emprender cambios locales, tal como plantea M.<sup>a</sup> Carmen Gascón Baquero, la radio es “capaz de superar las funciones de simple transmisor de hechos e influir sobre los acontecimientos”<sup>17</sup>.

A la radio con la llegada de la televisión se le auguraba poco futuro. Tras la aparición de la imagen el medio debió enfrentarse a grandes retos pero logro mantener su protagonismo y sostener el interés de sus audiencias. Quizá el reto que hoy enfrenta la radiodifusión es el de las nuevas tecnologías. Según Tito Ballesteros “el futuro probable estaría acompañado de emisoras segmentadas y de grandes contenidos que acompañan las parrillas de programación desde lo local. Espacios que toquen las necesidades de la comuna, la cuadra, el barrio. La globalización quedaría reservada para las cadenas de públicos sin rostros y voces conocidas. Las mañanas con sonidos de ciudad y olor a campo, serán el brillo del lenguaje radial que permita su sostenibilidad y permanencia en el dial”<sup>18</sup>.

Ballesteros destaca las bondades de la radio pero reconoce que la televisión o más propiamente la imagen goza de ciertas ventajas que le obligan a la radio a gastar mayores esfuerzo, para él “Con la radio se lava, plancha, cocina, conduce, en fin... se acompaña. La radio cabe en todas partes, es económica, no requiere de cables, de visión, su soporte es el sonido (Unisensorial); con energía o sin ella funciona, tiene un largo alcance. Pero en medio de tantas posibilidades, ella, pierde frente al audiovisual porque la sociedad actual rinde culto a la imagen y se cansa de escuchar. Un minuto en radio mal logrado es un televisor encendido. La imagen es superior. La radio exige altos niveles de concentración”<sup>19</sup>.

---

<sup>16</sup> Ibíd., p. 13.

<sup>17</sup> GASCON BAQUERO, M.<sup>a</sup> Carmen. Op. cit., 7 (citado en forma completa en la referencia 13)

<sup>18</sup> BALLESTEROS, Tito. La radio un medio para la imaginación [en línea]. [Consultado el 03 de Abril de 2014]. Disponible en Internet: [http://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013\\_06/La\\_radio\\_un\\_medio\\_para\\_la\\_imaginaci%C3%B3n.pdf](http://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_06/La_radio_un_medio_para_la_imaginaci%C3%B3n.pdf)

<sup>19</sup> Ibíd., p. 14.

En medio de este contexto las facilidades para constituir una emisora siguen siendo favorables y alcanzables en lugares donde se reclama un medio de comunicación que le dé voz a aquellos que son poco visibilizados en los grandes medios. “Internet, el satélite, el software y las herramientas modernas hoy permiten decir que en cualquier lugar medianamente dotado se puede hacer radio. Con ello, la esquina más lejana del barrio más olvidado podrá servir como vehículo comunicativo al mundo. Desde un computador de características mínimas, cualquiera podrá lanzarse a la producción radial”<sup>20</sup>.

Desde la mirada de un medio que posibilita a las comunidades iniciar sus propios procesos de cambio, que da lugar a lo endógeno y a la participación, que abre espacio al entretenimiento y al desarrollo emprendido desde la misma comunidad, es que se entenderá la radio en la presente investigación.

**4.3.1.1. Radio comunitaria.** La radio comunitaria ha sido un medio de comunicación de gran importancia por el papel que ha desempeñado en pro de las luchas sociales, la alfabetización a campesinos y el desarrollo de comunidades que han encontrado en ella la posibilidad de manifestar sus necesidades.

Durante estos 60 años, audiencias masivas han visto reflejados sus gustos y sus intereses en nuestras programaciones. Las emisoras comunitarias han servido de correos sin estampillas y de teléfonos al aire libre. Han servido para enseñar a leer a miles de analfabetos y para aprender a contar los días mal pagados por el patrón a miles de explotados. Han servido para hacer vacunar a los pequeños, para hacer hablar a las adultas. Y para acompañar la alegría de la fiesta<sup>21</sup>.

Y es que las emisoras comunitarias han realizado aportes significativos que hoy, después de varios años, siguen siendo valorados por el impacto que tuvieron. Al citar ejemplos no se puede dejar de lado el caso de la primera estación comunitaria que surgió en Latinoamérica, Radio Sutatenza. Emisora que contribuyó a la alfabetización de campesinos en 1947 en Colombia. También encontramos el caso de las radios mineras en Bolivia en los años 50.

Durante años la radio comunitaria ha tenido distintos nombres en el contexto latinoamericano y mundial, pero el propósito y su función ha sido la misma.

---

<sup>20</sup> Ibíd., p. 77.

<sup>21</sup> LÓPEZ, Op. cit., p. 345.

En Canadá se conocen como radios *comunitarias*. En Europa prefieren llamarse radios *asociativas*. En África, radios *rurales*. En Australia, radios *públicas*. Y en nuestra América Latina, la variedad de nombres da cuenta de la riqueza de las experiencias: *educativas* en Bolivia, *libres* en Brasil, *participativas* en El Salvador, *populares* en Ecuador, *indígenas* en México, *comunales* aquí y *ciudadanas* allá... Cambian las zapatillas, pero no la bailarina. Porque el desafío de todas estas emisoras es similar: mejorar el mundo en que vivimos. Democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad excluyente a la que nos quieren acostumbrar los señores neoliberales<sup>22</sup>.

El ideal que persigue este tipo de medios ha estado centrado en el fortalecimiento de las costumbres y las iniciativas que se dan desde la propia comunidad. Es por eso que dentro de sus funciones se le adjudica la idea de democratizar la palabra y dar voz a quienes no tienen acceso a los medios.

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una *radio comunitaria*<sup>23</sup>.

Una propuesta de radio comunitaria que pretenda generar un aporte significativo, debe mostrar lo que los ciudadanos no han podido manifestar en otros espacios. La intención de este tipo de medios es fortalecer las costumbres mantener vivas sus tradiciones y aquello que los representa.

La dinámica de este medio comunitario debe ser un proceso de construcción colectiva que permita legitimar sus contenidos y cada una de las actividades que ejecuta. Para alcanzar niveles de participación debe dar respuesta a las demandas de la comunidad y responder a sus problemáticas.

La comunicación ciudadana, alternativa o comunitaria no puede existir si no es en función de la dinámica social en la que se desarrolla. Es en la relación

---

<sup>22</sup> Ibíd., p. 324.

<sup>23</sup> Ibíd., p. 331.

que establece con su audiencia y en el proceso de participación comunitaria, que se justifica la razón de ser de una experiencia de comunicación comunitaria<sup>24</sup>.

Las radios comunitarias tienen una vocación social y en muchos casos han sido financiadas por la propia comunidad que se ha encargado de fortalecer este tipo espacios y les ha brindado especial importancia.

Los sindicatos de trabajadores mineros crearon varias estaciones de radio mediante contribuciones de sus magros salarios y rápidamente aprendieron a manejarlas ellos solos. A pesar de contar con equipos de transmisión rudimentarios y de corto alcance, estas estaciones de radio permitieron que aquellos trabajadores - en su mayoría ex campesinos autóctonos - se convirtieran en protagonistas de la comunicación masiva.<sup>25</sup>

Su diferencia con las emisoras comerciales radica en el propósito, la manera en que se relacionan con las comunidades, los contenidos y en ser el espacio que refleja el sentir de la gente. José Ignacio López Vigil en su Manual Urgente para Radialistas Apasionados plantea al respecto que:

- Las radios comerciales se definen como instituciones con fines de lucro. Su objetivo, su primera finalidad, es ganar dinero. Como medios de comunicación, deberán asumir la responsabilidad social y cultural de todo buen periodismo, deberán orientar su programación al servicio y desarrollo de la sociedad. Pero en caso de conflicto, cuando hay que escoger entre Dios y el Becerro de Oro, los empresarios suelen inclinarse por éste último.
- Las radios estatales, aunque no deberían hacerlo, muchas veces funcionan como aparatos de propaganda del gobierno de turno. Buscan ganar votos, persuadir a los futuros electores y tranquilizar a los presentes detractores. En esta misma lógica de ganar adeptos se suelen encuadrar las emisoras pertenecientes a un partido político o a una religión proselitista.
- La opción de una radio comunitaria es muy distinta. Y en ella encontramos la perla preciosa, la característica innegociable de estos proyectos: el servicio a

---

<sup>24</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Arte de Equilibristas: la Sostenibilidad de los medios de Comunicación Comunitarios. [en línea]. [Consultado 16 de Agosto de 2013]. Disponible en Internet: <http://ucbconocimiento.ucbcba.edu.bo/index.php/rpc/article/view/493>

<sup>25</sup> BELTRÁN, Luis Ramiro. Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años [en línea]. [Consultado 16 de Agosto de 2013]. Disponible en: <http://comsocialup.com/documentos/desarrollo.pdf>

la comunidad, los objetivos sociales por los que luchamos. Ahí está la esencia de lo comunitario<sup>26</sup>.

Alrededor del concepto de radio comunitaria, son varios los autores que realizan apreciaciones y precisiones desde su deber ser y hacer, planteando así otras alternativas de definición como:

En las emisoras locales, en efecto, los ciudadanos se ven reflejados, miran sus problemas e imaginan soluciones, hablan entre sí, sueñan sus músicas preferidas, cruzan opiniones y se organizan para mejorar su calidad de vida. A través de una radio pequeña, se logra una comunicación intensa. La comunidad se escucha y, escuchándose, crece su autoestima individual y colectiva. Los vecinos y las vecinas se conocen más, se reconocen mejor. La radio local construye identidad<sup>27</sup>.

Por otro lado, Ernesto Lamas sostiene que:

“En las radios comunitarias nos encontramos con una estrecha relación entre la comunicación y la transformación de la sociedad. La comunicación comunitaria tiene objetivos que van más allá de sí misma. En este sentido, estas emisoras son parte de un proyecto que se propone modificar las relaciones sociales existentes. Uno de los aspectos más importantes de la programación de las radios comunitarias es la medida en la que dicha programación se inserta en la realidad para modificarla”<sup>28</sup>.

Y aclara que aunque las radios comunitarias comparten el objetivo de la transformación social, cada emisora construye su quehacer a partir de su contexto y la realidad en la que se encuentra inmersa. Cuando se habla de su funcionamiento o quehacer se hace referencia a la programación y las relaciones con sus audiencias, etc. Otro aspecto que puede diferenciar sus acciones es la línea de trabajo que la radio quiera abordar.

Lo planteado hasta el momento permite hacer un acercamiento hacia el desarrollo de la presente investigación, pues se constituye en una manera de entender la

---

<sup>26</sup> LÓPEZ, Op. cit., p. 331.

<sup>27</sup> Ibíd., p. 320.

<sup>28</sup> LAMAS, Ernesto. Gestión Integral de la Radio Comunitaria. Quito, 2003. Centro de Competencias en Comunicación para América Latina y Friedrich Ebert Stiftung.

radio comunitaria desde su contexto histórico, las diversas facetas que ha tenido en diversos países latinoamericanos y su deber ser desde la óptica de expertos en la materia.

**4.3.1.2. Gestión de la Radio Comunitaria.** La radio comunitaria como cualquier otra organización debe generar procesos que le permitan alcanzar las metas que se fija y la manera de lograrlo se ubica en la gestión de cada una de las dimensiones del proyecto radiofónico y en la capacidad de reunir a quienes forman parte del equipo en torno a los propósitos del medio.

De acuerdo con Ernesto Lamas (2003) “Gestionar es un proceso o un conjunto de procesos que tiene como resultado la transformación de una situación deseada en una situación real. Gestionar es construir realidades a partir de deseos, metas, propósitos u objetivos. Es materializar una idea y garantizar la continuidad de las situaciones alcanzadas”<sup>29</sup>.

La gestión implica tener en cuenta a todos los miembros de la radio, construir objetivos en conjunto y bajo criterios de participación que den espacio a los pensamientos y sentimientos de aquellos que se encuentran alrededor de la emisora.

Y es que “La gestión es un juego de consensos, disensos y transformaciones que implican a toda la institución y a todos sus integrantes. La gestión no se restringe a una mirada interna de la organización, sino que resulta también del análisis de las relaciones que se constituyen entre la misma organización (como tal) y su contexto, por una parte, y de las relaciones que cada uno de sus miembros genera en el entorno, por otra”<sup>30</sup>.

Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998) sostienen que “La gestión implica un modo de comprender y de hacer nuestros proyectos desde una perspectiva política-cultural, comunicacional y empresaria”<sup>31</sup>.

---

<sup>29</sup> Ibid., p. 11.

<sup>30</sup> VILLMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. Quito: AMARC, 1998.

<sup>31</sup> Ibid., p. 19



- a. una perspectiva político-cultural (idearios, objetivos, utopías, principios o misión);
- b. una perspectiva comunicacional (perfil de la radio y su programación, inserción en el marco de los medios locales, nacionales o regionales, estéticas y construcción de contenidos, proyección cultural y política con las audiencias, conformación de audiencias y perfil comunicacional), y
- c. una perspectiva económica, que comenzaremos a llamar empresaria (modelo o criterios para el desarrollo de la administración, el financiamiento y su proyección económica).
- d. Para llevar adelante estas tres perspectivas, la radio constituye modos de organización y comunicación internos y externos a través de los organigramas, la forma de organizar el trabajo y la participación, la distribución del poder y las estrategias de comunicación con las organizaciones de la comunidad local, regional, nacional e internacional<sup>32</sup>.

Para Villamayor y Lamas “La articulación de las perspectivas político-cultural, comunicacional y empresaria da lugar al proyecto institucional de radio comunitaria y ciudadana. La gestión es la manera concreta de plasmar esa articulación a través de los modos organizativos que mejor sirvan a la misma y sean coherentes con los objetivos de la radio”<sup>33</sup>.

Las perspectivas planteadas hasta el momento se constituyen en un elemento fundamental para el presente trabajo porque no solo indican los frentes en los que se debe concentrar el análisis y la elaboración de los proyectos radiofónicos, también plantea una manera integral de comprender las radios comunitarias. Claro está que cada radio tiene formas distintas de organizarse y establecer sus prácticas, pero estas tres perspectivas tienen presencia en estos medios.

Agregan que “Diseñar la gestión de la radio comunitaria y ciudadana significa hacer operativos los objetivos político culturales, comunicacionales y empresarios a través de un modo de organización que se apoye en la comunicación y en la participación”<sup>34</sup>

Los modos de organización que elijan las radios comunitarias deben ser coherentes con sus objetivos y los fines del medio comunitario. “Para ser

---

<sup>32</sup> Ibid., p. 20.

<sup>33</sup> Ibid., p. 20.

<sup>34</sup> Ibid., p. 97.

coherentes con los objetivos que nos trazamos como radios comunitarias y ciudadanas debemos apuntar a una forma de organización que represente nuestro modo de entender las relaciones humanas, sociales y el propio proyecto. Tenemos que generar una estructura coherente con lo que pensamos y con lo que deseamos vivir”<sup>35</sup>.

Y sostienen que “Los modos organizativos que se elijan para la radio tienen que reunir una serie de características que resumimos en:

- Un diseño que permita realizar ajustes sobre la marcha a partir de la evaluación constante
- Una propuesta que permita proyectar a la radio al mediano y largo plazo. Prever, en la medida de lo posible, las alternativas que se pueden plantear en el desarrollo del proyecto.
- Formas que permitan una articulación, entre las personas y los sectores, y un modo de ejecución que garantice la participación en la toma de decisiones respetando la integridad e integralidad de la radio como organización pero, al mismo tiempo, reconociendo los aportes específicos de las áreas y de las personas”<sup>36</sup>.

Queda claro que la gestión se constituye en un punto vital para llevar a la práctica las perspectiva político-cultural, comunicacional y empresaria. Cabe destacar que el diseño de la gestión permite encontrar la mejor forma de organización interna y la sostenibilidad de los procesos que se emprendan en dichos medios.

**4.4. Estructura Organizacional.** La estructura organizacional agrupa los roles, la manera en que se toman las decisiones y se encuentra distribuido el poder al interior de una organización. La estructura es la articulación de las funciones y evidencia el papel de los individuos. Esta debe corresponder a las actividades de la empresa y al mismo tiempo ser coherente con sus objetivos.

La estructura de una organización es la pauta formal que indica de qué forma las personas y los puestos de trabajo se agrupan en la misma. La estructura suele presentarse gráficamente por medio de un organigrama. Los procesos son todas las actividades que dotan de vida un organigrama. Las

---

<sup>35</sup> Ibid., p. 106.

<sup>36</sup> Ibid., p. 98.

comunicaciones, la toma de decisiones y el desarrollo organizativo son ejemplos de procesos de una organización<sup>37</sup>.

Por tanto se puede entender que la estructura que elija una organización no solo refleja la manera en que esta organiza sus actividades y procesos, sino que brinda claridad sobre cómo se deben llevar a cabo las labores y especifica la distribución de las tareas a realizar.

En el caso de la radio comunitaria se expresa que “El buen funcionamiento y gestión de una emisora comunitaria está relacionado con la claridad con que defina su estructura organizacional. Esta debe responder, en primer lugar, a las actividades y requerimientos propios de un medio de comunicación comunitario, donde queden representados todos los actores que vincula y la forma como estos interactúan para dar vida a la parrilla de programación, la cual es el corazón de la emisora”<sup>38</sup>.

En ese orden de ideas se propone una estructura básica de las radios comunitarias, que tal como se ha planteado, debe ser acorde con sus prácticas.

**Figura 1. Estructura Organizacional Básica de una emisora comunitaria**



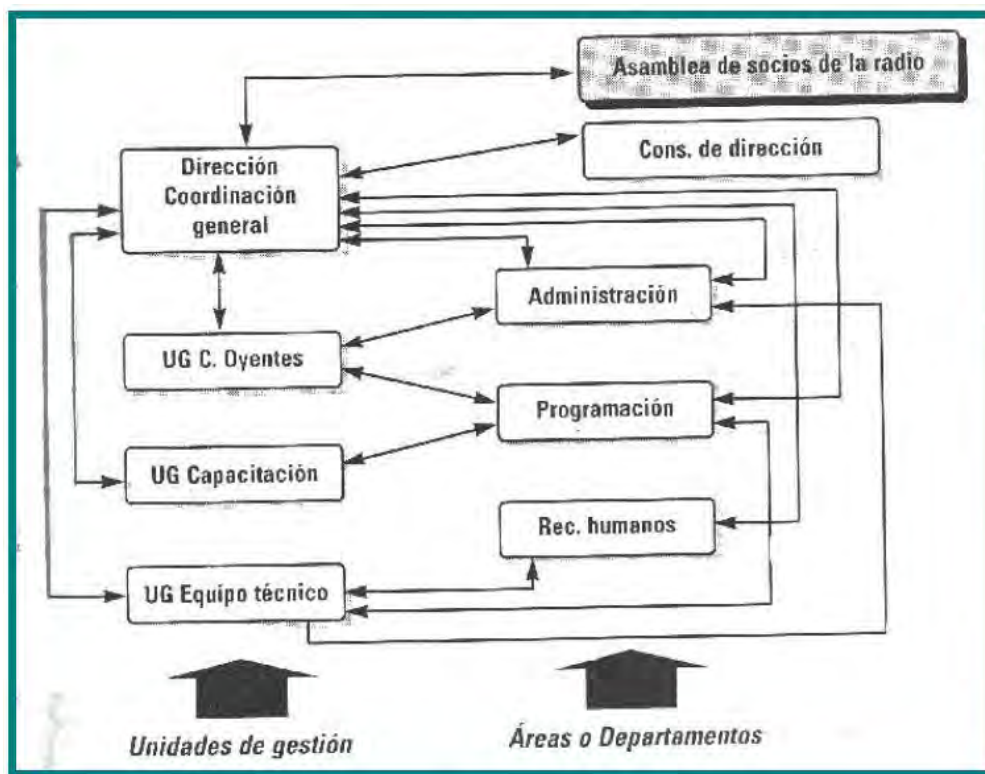
<sup>37</sup> GIBSON, James L; IVANCEVICH, John M y DONELLY, James H. Las Organizaciones. Comportamiento, Estructura y Procesos. 8 Ed. Madrid, España: Producción Editorial diorki, servicios integrales de edición general Moscardó.

<sup>38</sup> FAJARDO ROJAS, Miguel; TOLOZA SUÁREZ, Beatriz; TIBADUIZA ARAQUE, Fernando y MARÍN ARANGO, Olga. La Radio Comunitaria Una empresa Social Sustentable. Herramientas para la Gestión. Bogotá: Ministerio De Tecnologías De La Información Y Las Comunicaciones Y Ministerio De Cultura. 2011.

Por su parte Claudia Villamayor y Ernesto Lamas señalan que “la estructura de una radio tiene las particularidades propias de una organización que cumple funciones comunicacionales. No sirve, por lo tanto, trasladar allí ni los modos de que cada uno de nosotros tiene en la vida personal ni los de otras instituciones que tienen una finalidad distinta. Porque la organización tiene que estar acorde con las características del proyecto y con los objetivos que se traza”<sup>39</sup>.

Villamayor y Lamas plantean tres organigramas que reflejan tres formas de entender la organización de la emisora: organigramas funcionales, divisionales y de integración. Los autores consideran que el que más se ajusta a la necesidad de flexibilidad, participación y comunicación que requieren las radios comunitarias es el organigrama de integración.

**Figura 2. Organigramas de integración. Modelo 3B**



<sup>39</sup> VILLMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto. Gestión de la Radio comunitaria y ciudadana. Op. cit., p. 99.

“El tipo de modelo de organización representado en este organigrama es el que reúne mejores condiciones para dar respuesta a las demandas de la situación actual de nuestras radios. ¿Por qué? Porque expresan la integración y la comunicación interna entre las áreas o departamentos, las unidades de gestión y una dirección coordinada con todos los equipos de la radio”<sup>40</sup>.

Este tipo de organigrama mantiene las áreas o departamentos e incluye las unidades de gestión. Cabe destacar que “Los departamentos son permanentes y las unidades de gestión están en función de los planes de acción. La estructura que estamos sugiriendo apunta a reducir al mínimo indispensable los cargos fijos y a potenciar las unidades de gestión como modo organizativo”<sup>41</sup>.

Ambos organigramas reflejan modos de organización flexibles e incluyen los diferentes actores que se propone integrar en la radio. Al mismo tiempo reflejan niveles de participación al interior del medio. Estos organigramas son importantes para el presente trabajo porque reúnen elementos fundamentales para el desarrollo del mismo: la audiencia, los contenidos o programación, procesos administrativos y el rol de los integrantes.

Cabe destacar que estos organigramas se pueden ajustar a las realidades de cada medio. Los modos de expresión u organización que elijan las radios comunitarias obedecen al contexto en el que se encuentran inmersas, su historia y la manera de entender el proyecto, por tanto no hay una única forma de organizarse.

#### **4.5. LA AUDIENCIA RADIOFÓNICA.**

La audiencia en la radio como en cualquier otro medio de comunicación adquiere especial interés para quienes emiten el mensaje, pero al mismo tiempo es un aspecto que implica diversas maneras de comprenderse y ser analizado. La necesidad de conocer la reacción que tienen sus receptores frente a la programación y contenidos emitidos, se suma a la intención de medir el número de personas que escuchan la emisora para convertir esta información en un elemento que les posibilite obtener mayores beneficios por cuenta de la pauta publicitaria.

---

<sup>40</sup> Ibid., p. 112.

<sup>41</sup> Ibid., p. 104.

Quienes reciben los mensajes provenientes de los medios son parte esencial del quehacer de estos, pues tal como señala Arturo Merayo Pérez: “el emisor radiofónico –individual o colectivo- no tendría sentido sin la existencia de destinatarios que recibieran los mensajes que él transmite y, a su vez, no hay receptores de comunicación si no existe un emisor que la inicie; el mensaje se elabora en función de los sujetos receptores...”<sup>42</sup>.

Las audiencias no solo legitiman el actuar de la radio sino que inciden en las narrativas del medio y la forma como este organiza sus contenidos. Es por eso que “el conocimiento de la audiencia, el estudio del receptor del mensaje, resulta de suma importancia en el proceso de la comunicación radiofónica. De hecho, la elaboración y concepción de los mensajes estarán condicionadas, necesariamente, por la audiencia a la que éstos teóricamente van dirigidos. De este modo, los formatos y contenidos deberán adecuarse a las características del ámbito potencial donde se encuentran los oyentes”<sup>43</sup>.

En ese contexto, resulta trascendente conocer las particularidades de los receptores de un medio que se caracteriza por la capacidad de penetrar en los lugares más apartados y que tiene la virtud de estar presente en las diferentes actividades que realizan sus oyentes. Pero el conocimiento de las audiencias en radio presenta ciertas complejidades, algunas derivadas de las posibilidades que ofrece el medio. Merayo Pérez plantea algunas de ellas:

A) La estructura empresarial del medio es –al menos en España- sumamente compleja a causa del número de emisoras, su cobertura, la dependencia o no de cadenas y la diversificación de los contenidos en los distintos canales de una misma emisora. Esta complicada estructura, lejos de simplificarse, se hace progresivamente más ardua para estudiar.

B) El uso de la radio introduce factores de diversidad de difícil medición: puede oírse como compañía –de fondo- o escucharse con suma atención; escucharla mientras se realizan otras actividades –incluso la recepción de otros medios de comunicación- o prestarle una atención exclusiva; la radio puede oírse en casa, en medios de transporte, en lugares públicos...; el número de aparatos por hogar y su movilidad diversifica aún más la audiencia y hace más complejo su análisis.

---

<sup>42</sup> MERAYO PERÉZ, Arturo. Para entender la radio. 2da Edición. Salamanca (España): Publicaciones Universidad Pontificia.: 2000. 371 p.

<sup>43</sup> ORTIZ, Miguel Ángel y MACHADO, Ortiz. Técnicas de Comunicación en radio. Barcelona (España) -Buenos Aires (Argentina). : Paidós Ibérica, 1994. 157 p.

C) No siempre el oyente de radio es totalmente consciente de haber escuchado la radio en general o determinada emisora en particular, por lo que no pocas veces no se recuerdan las circunstancias o el programa que se escuchó<sup>44</sup>.

Aun así, la investigación de las audiencias radiofónicas resulta indispensable porque revela datos que le posibilita al medio ser más concreto a la hora de elaborar el mensaje y por ende atender los gustos de las audiencias. Tal como indica Miguel Ángel Ortiz y Jesús Machado “la investigación de audiencias en radio nos revela una serie de datos esenciales que determinan el perfil del oyente: sexo, edad, hábitat, nivel cultural y económico, hábitos de consumo, etc. Como ocurre en el resto de los medios de comunicación, estas variables están íntimamente relacionadas entre sí y condicionan el uso del soporte radiofónico. Cada una de ellas puede modificar la actitud y la respuesta de la audiencia ante un mensaje y, por tanto, modificar el proceso de comunicación, adaptando las características de los contenidos y sus formatos a las necesidades y peculiaridades concretas del target”<sup>45</sup>.

Merayo Pérez sostiene que:

Al estudiar el sujeto receptor es posible utilizar un doble camino para la investigación. Cabe analizar las actitudes individuales –biológicas y psicológicas- que el hombre muestra ante la comunicación sonora en general y radiofónica en particular. Se trata de un estudio centrado en el sujeto personal, en las condiciones de percepción auditiva, en las disposiciones psicológicas, en los efectos individuales ocasionados por el sonido, el medio, un programa concreto o un profesional determinado. (...) Existe también la posibilidad de realizar el estudio de los receptores de forma global, es decir, en cuanto que constituyen un conjunto de personas expuesto a un mismo mensaje difundido a través de los medios de comunicación social: un grupo, por tanto, numeroso, heterogéneo, disperso y anónimo<sup>46</sup>.

No siempre, a pesar de la importancia que tiene para el medio, se da lugar a los requerimientos de las audiencias ni se ven plasmados en los contenidos y parrillas de programación de las radios sus intereses, esto significa que aunque condicionan el mensaje y el actuar de los medios “La audiencia no es soberana, porque no elige más que entre el repertorio de lo que se le ofrece; porque, de

---

<sup>44</sup> MERAYO, Op. cit. p.147.

<sup>45</sup> ORTIZ, Miguel Ángel y MACHADO, Ortiz. Op. cit., p. 22.

<sup>46</sup> MERAYO, Op. cit., p. 149

algún modo, depende del propósito de la fuente, que puede pretender halagar gustos, pero no satisfacer necesidades, o, por el contrario, practicar una política correctiva sobre los deseos de la audiencia, más o menos paternalista, dirigista o encauzadora. Las presiones sociales, políticas y económicas, y la estructura y organización de los medios constituyen, con la audiencia, determinantes cuyo grado de influjo sólo es posible precisar según regímenes, sistemas y circunstancias concretas”<sup>47</sup>.

Como plantea Merayo, “el método de análisis que se utilice queda condicionado por las pretensiones del estudio”<sup>48</sup> y como él mismo señala:

...los planteamientos estrictamente comerciales, adolecen de muchas limitaciones y por ello son criticados desde distintas perspectivas. Por una parte, si los medios de comunicación son instituciones sociales deben estar abiertos al debate y a la vigilancia del público. En ese caso la audiencia ya no es concebida como consumidora, sino como controladora de la sociedad misma. En segundo término, si se concibe al público como consumidor, con una cierta calidad, deberá proporcionársele información acerca del producto que recibe, es decir el propio medio, cuestión que pocas empresas están dispuestas a ofrecer. En tercer lugar, si, como los defensores de esta concepción señalan, los medios desean ganarse la confianza del público, no pueden hacer de éste un objeto de venta ni de persuasión. Por el contrario, la audiencia debería pasar a convertirse en elemento participante del proceso de organización, selección y emisión<sup>49</sup>.

Para el caso de las emisoras comunitarias, que son el punto de atención de la presente investigación, es necesario entender las audiencias desde la naturaleza y el rol de estos medios. Cabe resaltar que las radios comunitarias en su mayoría han nacido en el seno de las comunidades y su objetivo es y sigue siendo el de contribuir al desarrollo de las poblaciones donde están ubicadas; también, son vistas como medios incitadores de la participación y que se caracterizan por dar cuenta en sus contenidos de las inquietudes y todo los imaginarios e ideas que movilizan a la comunidad.

En la radio comunitarias “más que buscar desesperadamente realizar un análisis de audiencias para generar estrategias de publicidad o marketing dirigidos a que

---

<sup>47</sup> SANABRIA MARTÍN, F. “La audiencia como condicionante del mensaje radiofónico”, En I Semana de Estudios de Radio, Red de emisoras de Radio Nacional de España, 8-13 de Octubre, 1973, Madrid 1974, p. 157. Citado por MERAYO PERÉZ, Arturo. Para entender la radio. 2da Edición. Salamanca (España), Publicaciones Universidad Pontificia.: 2000. 371 p.

<sup>48</sup> MERAYO, Op. cit., p. 154.

<sup>49</sup> *Ibíd.*, p. 154.



nos escuchen indiferenciadamente más personas y así conseguir más pauta publicitaria (audiencias como potencial mercado), es importante reconocer teóricamente primero que nuestras emisoras entienden las audiencias como ciudadanos cualificados y que tienen una obligación de ayudar a hacer visibles las demandas ciudadanas, de establecer un diálogo constante con ellos, de procurar el bienestar común y de llevar diversidad de puntos de vista a sus comunidades, es decir, entender las audiencias como ciudadanos activos y no como simples consumidores”<sup>50</sup>.

Lo dicho anteriormente, es planteado en el manual metodológico para la medición de audiencias y análisis local de las audiencias de las emisoras comunitarias en Colombia, titulado: Analizar Audiencias, construir nuestros sueños. Dicho documento mediante un marco teórico hace precisión sobre como mirar, entender y orientar el estudio de las audiencias en la radio comunitaria, los aspectos teóricos tenidos en cuenta para la elaboración de dicho trabajo fueron:

1. Una emisora comunitaria no responde a las lógicas comerciales que se imponen a otro tipo de medios de comunicación y es más importante la calidad del diálogo que tiene con sus audiencias y su pertinencia social, más que el simple hecho de llegar a unos oyentes con unos productos sonoros específicos.
2. Este manual construye y reconoce tres tipos de audiencias para nuestras emisoras comunitarias: las audiencias potenciales, las cuales hacen referencia a la totalidad de nuestra población (así escuchen o no nuestra emisora comunitaria); las audiencias cautivas, que son los oyentes o receptores habituales de nuestros productos sonoros; y, finalmente, las audiencias activas, que son los oyentes que promueven procesos de desarrollo al interior de nuestras comunidades.
3. Nuestras emisoras comunitarias tienen una característica de doble vía: son medios de comunicación y procesos de comunicación al mismo tiempo. Las audiencias están en el centro de todo este proceso de doble vía.
4. Las emisoras comunitarias son espacios donde las audiencias configuran procesos de ciudadanías comunicativas al interior de sus comunidades<sup>51</sup>.

---

<sup>50</sup> MEDINA VALENCIA, Andrés; TAMAYO, Camilo Andrés y ROJAS, Ingrid. Analizar audiencias, construir sueños. Manual metodológico para la medición y análisis local de las audiencias de las emisoras comunitarias en Colombia. COLOMBIA. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

<sup>51</sup> *Ibíd.*, p. 10.

Desde esta mirada, las audiencias son comprendidas como determinantes en el rol que ocupa el medio. La comunidad en general es el centro de su quehacer y en ellos se trasciende el mero hecho de contar el número de personas que escuchan el mensaje, ya que la radio comunitaria pretende reflejar en sus contenidos las discusiones, sentimientos o manifestaciones del público. Y es que “el estudio de audiencias para las emisoras comunitarias de Colombia no se limita solamente a las personas que escuchan habitualmente nuestros productos sonoros (audiencias cautivas) si no que va mucho más allá de ellas, pues el público objetivo de nuestras emisoras comunitarias es toda la comunidad en sí y no solo parte de ella”<sup>52</sup>

Según Claudia Villamayor “la relación con la audiencia es fundamental en las radios ciudadanas. Es una comunicación caliente con los oyentes que construye lazos con ellos y que no se reduce al mero compartir códigos formales sino que crea instancias de participación de la audiencia más allá del aire”<sup>53</sup>.

Villamayor sostiene que a pesar de que la radio comercial brinda al oyente la posibilidad de participar telefónicamente, dicha participación de la audiencia se convirtió “en un simulacro”<sup>54</sup> y plantea que “el mensaje difundido por la radio Tradicional sigue siendo vertical y unilateral”<sup>55</sup>. Para la autora en las emisoras comunitarias o ciudadanas se establece otro tipo de participación que facilita el ejercicio de la ciudadanía.

Y agrega que “la relación que se establece, por un lado con la sociedad política, y, por el otro, con la sociedad civil expresada en términos de audiencia se fundamenta en otros valores. La ética consiste aquí en fortalecer el lazo que une al medio con la sociedad civil recogiendo los intereses de la audiencia y trabajando para acortar la distancia de las mediaciones...”<sup>56</sup>.

Lo planteado hasta ahora deja ver que las audiencias cumplen un papel trascendente en la vida del medio, pues una sinergia entre ambos (audiencia-radio) posibilita que en estos los temas de discusión, los intereses y la vida de una ciudadanía. Se entiende que la comprensión de las audiencias de las emisoras comunitarias debe superar la noción de lo meramente comercial y orientarse más hacia el diálogo con las comunidades.

---

<sup>52</sup> *Ibíd.*, p. 8.

<sup>53</sup> VILLMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto. Op. cit., p. 176.

<sup>54</sup> *Ibíd.*, p. 176.

<sup>55</sup> *Ibíd.*, p. 176.

<sup>56</sup> *Ibíd.*, p. 176.

Más allá de lo limitado que resulta ser un estudio de audiencia con intenciones comerciales y de carácter cuantitativo, es preciso comprender que los mensajes que se emiten desde un medio deben ser producto de los gustos y requerimientos de las audiencias y “Conviene insistir –intereses publicitarios al margen- que no es posible difundir información radiofónica, ni cooperar a un sistema de comunicación libre y enriquecedor sin un conocimiento cualitativo de los destinatarios. El servicio a la sociedad al que los medios y los profesionales están obligados no puede ser abandonado al inestable y peligroso sentido de la intuición, a un mero suponer quiénes son los oyentes y qué demandan de la radio en cada momento”<sup>57</sup>.

#### 4.6. LA PARTICIPACIÓN EN LA RADIO COMUNITARIA

Cuando se habla de radio comunitaria surge la necesidad de abordar el concepto de participación por la dimensión que se le ha dado en un medio que tiene como esencia democratizar la comunicación y generar espacios donde las comunidades se vean reflejadas. Antes de referirnos a la manera como se debe suscitar esta y el impacto que tiene en la radiodifusión comunitaria y los ciudadanos, es importante abordar algunas definiciones conceptuales para luego adentrarnos de lleno en lo que nos concierne: **la participación en la radio comunitaria**.

La conceptualización que se ha hecho sobre la participación ha sido diversa; sin embargo, ha habido casi unanimidad al plantear que esta se puede entender como la posibilidad que tienen las personas de hacer parte de algo, tomar postura e involucrarse en las decisiones que le afectan de manera positiva o negativa.

... participar implica la posibilidad de incidir, decidir, opinar, aportar y disentir. Por ello, al hablar de participación, es necesario remitirse al tema del poder, pues para participar se debe contar con el poder para que la voz de quien habla tenga un “status” que le permita ser escuchada y cuyas ideas, opiniones y acciones tengan la posibilidad de influir.<sup>58</sup>

Y es que la posibilidad de que los miembros de una comunidad puedan ejercer un rol dinámico dentro la sociedad que trascienda del derecho a votar y se ubique en

---

<sup>57</sup> MERAYO. Op. cit., p. 158.

<sup>58</sup> BLANCO, Rosa; Umayahara, Mami y REVECO, Ofelia. Participación de las Familias en la Educación Infantil Latinoamericana. Santiago, Chile, agosto 2004. Publicado por la Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe

el escenario de las propuestas tendientes a transformar el espacio en el que se desenvuelven, permite hablar de una democracia fortalecida.

La democracia real y la participación son hoy conceptos indisolubles. Puede afirmarse que la participación fortalece la democracia y que existe un vínculo evidente entre la participación de la ciudadanía y la eficacia y funcionalidad de un sistema democrático. En aquellos lugares donde una ciudadanía organizada ha conseguido ser un interlocutor adecuado del Estado, la democracia se ha fortalecido y el conjunto de la sociedad ha salido ganando<sup>59</sup>.

Sin embargo la participación no es una cuestión que se da de manera sencilla, pues requiere de la disposición que tenga cada quien de hacerlo, no todos los individuos poseen dicha intención o no tienen una percepción favorable al respecto. Para eso es necesario propiciar procesos que motiven y generen la cultura de participar.

La participación es un proceso complejo, que implica transformaciones en ocasiones muy profundas y que no se generan de un día para otro. Depende de muchos factores, que tienen que ver con las condiciones de partida de la ciudadanía y el contexto y la cultura que la rodean. En primer lugar, se precisa querer participar. Para algunos sectores de la población, las bondades de la participación no son, a priori, tan reconocibles. Se precisa entonces un trabajo intenso de sensibilización y concienciación<sup>60</sup>.

Lo anterior hace pensar que no siempre se percibe la participación como una acción que permite generar grandes cambios en los temas o inquietudes que se puedan estar presentando en un determinado contexto, por tal motivo se hace indispensable acercar la participación a las necesidades más sentidas de la comunidad y crear un grado de confianza alrededor de lo que se puede conseguir cuando se hace uso de este derecho ciudadano.

Cabe señalar que la participación se suele entender desde dos perspectivas, tal como lo expone el artículo La Participación Ciudadana: Posibilidades y Retos.

---

<sup>59</sup> LUDEÑA, Alejandro Fernández. Educación y Participación Un sueño posible. Madrid-España: Fundación Entreculturas, 2012. p. 17

<sup>60</sup> *Ibíd.*, p. 17.

- En un *sentido amplio*, como el modo en que las personas de una comunidad toman parte en los asuntos públicos, porque de algún modo se ven afectados e implicados. Este vínculo participativo a menudo no es estable, sino que proviene de determinadas reacciones de la comunidad ante acontecimientos que les afectan.
- En un sentido más restringido, la participación ciudadana se entiende como el modo en que los ciudadanos toman parte en la definición, elaboración y ejecución de las políticas públicas, más allá de las formas de participación vinculadas a los procesos electorales<sup>61</sup>.

Patricia Gonzales indica que existen varios tipos de participación:

**La participación social** se refiere al proceso de agrupamiento de los individuos en distintas organizaciones de la sociedad civil para la defensa y representación de sus respectivos intereses. Mediante este tipo de participación se configura progresivamente un tejido social de organizaciones que puede ser instrumento clave en el desarrollo de otras formas de participación, especialmente en la esfera pública. Es el caso, por ejemplo, de la organización de grupos de jóvenes, de mujeres, etc. para la búsqueda de mejores condiciones de vida, la defensa de sus intereses, etc.

**La participación comunitaria** alude a las acciones ejecutadas colectivamente por los ciudadanos en la búsqueda de soluciones a las necesidades de su vida cotidiana. Estas acciones comunitarias pueden contar o no con la presencia del Estado. Las acciones emprendidas por los comités pro-pavimentación, pro-acueducto (...) son ejemplos de participación comunitaria.

**La participación ciudadana** se define como la intervención de los ciudadanos en la esfera pública en función de intereses sociales de carácter particular. La representación de los usuarios de los servicios en las Juntas Directivas de las Empresas públicas, los Comités de Veeduría, las Juntas administradoras Locales son escenarios de participación ciudadana.

**La participación política** es la intervención de los ciudadanos a través de ciertos instrumentos (el voto, por ejemplo) para lograr la materialización de los intereses de una comunidad política. A diferencia de la participación ciudadana, aquí la acción ciudadana se inspira en intereses compartidos y no en intereses particulares. (...) Los ciudadanos que votan, promueven e

---

<sup>61</sup> ARANGUREN GONZALO, Luis. La Participación Ciudadana: Posibilidades y Retos [en línea]. Bilbao 2004. [Consultado 20 de Marzo de 2013]. Disponible en Internet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1301307>

intervienen en consultas, referendos, cabildos abiertos, etc. están participando políticamente<sup>62</sup>.

Ya en el contexto de la radio comunitaria la participación adquiere gran importancia por constituirse en uno de los aspectos que legitiman y que deben caracterizar el quehacer de este tipo de medios que han sido concebidos para ponerse al servicio de la comunidad. En ese orden de ideas las emisoras comunitarias “deben consolidar un espacio donde se muestre la diversidad de la comunidad y la pluralidad, con la intención de cambiar el paradigma comunicacional de sólo creer que participar es sólo llamar o enviar un mensaje de texto a una emisora”<sup>63</sup>.

Dicha participación implica un empoderamiento por parte de la comunidad en todos niveles que componen la emisora; es decir, la programación, elaboración de programas, veedurías ciudadana y la presencia en el ámbito administrativo del medio.

Lo anterior requiere establecer un vínculo entre la emisora y la comunidad que permita generar relaciones que conduzcan a legitimar la actuación de la emisora y dar cuenta en sus contenidos de las diversas expresiones, necesidades y percepciones de la localidad donde se encuentra ubicada. “la radio comunitaria apunta no sólo a participar en la vida comunitaria, sino también a posibilitar que la comunidad participe a su vez en la vida de la emisora; es una relación de doble vía. Esta participación puede llevarse a cabo en distintos niveles: propiedad, gerencia, administración, financiación, programación”<sup>64</sup>.

Jesús Martín Barbero sostiene que:

---

<sup>62</sup> GONZÁLEZ R., Esperanza. Manual sobre participación y organización para la gestión local. Ediciones Foro Nacional por Colombia, Cali 1.995, p. 99. Citado por ESTRADA, María; MALO, Edda Madrid y GIL, Luz Marina. La Participación está en Juego .Bogotá, D.C.: Junio, 2010.

<sup>63</sup> MORA, Camilo. Formas de Participación en las Radios Comunitarias habilitadas del Táchira: Estudio de caso [en línea]. En Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones Vol. 4. No.1, Artículo 6 Disponible en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/1528>

<sup>64</sup> MUÑOZ, José Luis; VILLEGAS URIBE, Esmeralda; VELASCO, Gloria y HURTADO SAA, Teodora. Sostenibilidad social y cultural de la Radio Comunitaria. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Si lo propio de la ciudadanía es el estar asociada al „reconocimiento recíproco“, esto pasa decisivamente hoy por el derecho a informar y ser informado, a hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. De ahí que una de las formas más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúe justamente ahí, en la desposesión del derecho a ser visto”<sup>65</sup>.

En ese sentido las radio comunitaria esta llamada a ser un espacio que aglutine las diversas expresiones de carácter local que no tienen un lugar en los medios de carácter comercial. Su presencia deja de ser pasiva y debe ir encaminada a que cualquier persona que requiera utilizar el medio lo logre.

Para tal fin es indispensable que los medios comunitarios logren transmitir eso a los ciudadanos y consigan adherirlos de diversas maneras a la emisora, mostrando el impacto que puede generar la participación en la vida de la comunidad. En ese sentido, el estudio “Formas de participación en las radios comunitarias habilitadas del Táchira: Estudio de campo”, sostiene que “participar en un medio comunitario es (...) apropiarse de un lenguaje autóctono con las realidades, necesidades, sueños y esperanzas de la comunidad. Más allá de la demagogia, se impone creer en la construcción de un ambiente democrático y participativo”<sup>66</sup>.

Así mismo plantea que “para generar esos espacios de participación las radios comunitarias deberán propiciar formas de organización que superen las clásicas estructuras de las radios comerciales, en las que las decisiones concernientes a los objetivos, políticas, programación y recursos económicos, eran responsabilidad de la dirección o dueño de la empresa”<sup>67</sup>.

En el caso de la radio comunitaria en Colombia se han incluido elementos que buscan garantizar la participación de todos los sectores de la población en la planificación y orientación del proyecto radiofónico, esto se dio con la creación de las Juntas de programación y los Manuales de estilo.

---

<sup>65</sup> MARTÍN BARBERO, Jesús. “La educación desde la comunicación”. En Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Bogotá D.C.: Norma, 2003. p.109. Citado por Informe Final Características. Alcances Sociales e Impacto del Servicio de Radiodifusión Comunitario en Colombia. Universidad Industrial de Santander- Bucaramanga. 2008

<sup>66</sup> MORA, Op. cit., p. 8 (citado en forma completa en la referencia 63)

<sup>67</sup> Ibíd., p. 7.

La resolución 415 de 2010, en el artículo 10, sostiene que “en la Junta de Programación de las emisoras comunitarias tienen derecho a participar las organizaciones sociales e instituciones del municipio por medio de un representante de cada una, de suerte que refleje la diversidad y pluralidad de los habitantes...”<sup>68</sup> De esta manera en la legislación colombiana se reconoce la importancia de que las emisoras comunitarias den lugar a la participación.

La inclusión de los diversos sectores en la vida de este medio comunitario es un factor que se convierte en un determinante de la sostenibilidad de la radio, pues es algo que determina el nivel de cercanía y apropiación de estos proyectos radiofónicos.

El Manual de Sostenibilidad Social y Cultural expresa que una radio participativa:

- Empodera los actores sociales
- Promueve espacios de diálogo y reflexión
- Motiva a la acción comunitaria
- Dinamiza el intercambio de información y conocimientos
- Refuerza los aspectos positivos de la cultura popular local
- Media entre el poder y las comunidades<sup>69</sup>

De otro lado, Sandra Liliana Osses Rivera señala que hay dos formas de ver la participación como esencia de lo comunitario:

Por una parte, se tiende a vincular a una concepción "trascendente", tal como la denomina Boeninger, de la participación entendida como desarrollo personal y comunitario creador de la indispensable solidaridad social, que aboga por el protagonismo de los sujetos artífices de la historia, actuando

---

<sup>68</sup> COLOMBIA. MINISTERIO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Resolución 415 de 2010 (13, Abril, 2010). Por el cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones [consultado el 4 de Abril de 2014]. Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/index.php/docs-normatividad?pid=57&sid=638:415>

<sup>69</sup> Sostenibilidad Social y Cultural de La Radio Comunitaria. Ministerio De Tecnologías De La Información Y Las Comunicaciones. Op. cit., (citado en forma completa en la referencia 64)



colectivamente sin perder su individualidad, pero siempre en el marco de la convivencia [Boeninger, 1984: 16]. Se trata de una participación que se aleja de la militancia y se construye desde los proyectos de vida individuales enmarcados en proyectos sociales y políticos más amplios.

El otro valor que se da a la participación, como rasgo definitorio de lo comunitario, está ligado a una propuesta derivada de los modelos de desarrollo. En este caso la participación se refiere a la intervención en problemas de un colectivo en busca de satisfacer demandas o defender intereses específicos. Lo que en el marco de una emisora comunitaria se traduce en la generación de programas que respondan a estos objetivos, o bien a la función de mediación entre instancias, estatales o privadas y los habitantes de una localidad con el fin de identificar posibles intervenciones o decisiones que permiten dar solución a necesidades. A esta percepción de la participación subyace una condición de homogeneidad del colectivo que se refiere, o bien a niveles de organización que permitan orientar acciones hacia propósitos colectivos<sup>70</sup>.

Para finalizar es importante hacer referencia a la comunicación participativa, de la cual Alfonso Gumucio plantea un perfil en el libro *Haciendo Olas* y, sostiene que cuando se pretende hacer un perfil de este tipo de comunicación hay que tener presente las implicaciones de tipo político en los procesos ligados al desarrollo. Gumucio afirma que la democratización de la comunicación implica un tema de poder y que las miradas o enfoques ligados a la participación lo que hacen es colocar las decisiones en manos de la comunidad. Para el autor, “Los principales componentes que caracterizan a la comunicación participativa se relacionan con su capacidad de involucrar a los sujetos Humanos del cambio social en el proceso de comunicar”<sup>71</sup>.

Gumucio expone elementos que distinguen la comunicación participativa de otras estrategias de comunicación para el desarrollo, de los cuales es pertinente mencionar algunos que están muy ligados a la participación en la radio comunitaria:

- **Horizontal vs. Vertical.** Los pueblos como actores dinámicos, participando activamente en el proceso de cambio social, asumiendo el control de los

---

<sup>70</sup> OSSES RIVERA, Sandra Liliana. *Nuevos Sentidos de lo Comunitario: La Radio Comunitaria en Colombia*. Tesis para optar el grado de Maestro en Ciencias Sociales. México D.F.: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), 2002. 182 p.

<sup>71</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. *Haciendo Olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*. Op. cit., p. 38.

instrumentos y contenidos de comunicación... en lugar de ser percibidos como meros receptores pasivos de información y de instrucciones modificadoras de su comportamiento, mientras otros toman las decisiones sobre su vida.

- **Específico vs. Masivo.** El proceso de comunicación adaptado a cada comunidad o grupo social en cuanto al contenido, el lenguaje, la cultura y los medios...en lugar de la tendencia a utilizar las mismas técnicas, los mismos medios y los mismos mensajes en contextos culturales diferentes y para diversos sectores sociales de la sociedad<sup>72</sup>.

Lo expuesto hasta el momento se debe tener en cuenta en el presente trabajo porque brinda pautas para analizar la manera en que se relaciona la emisora Universitas Estéreo 89.0 F.M. y de igual forma como esta pone en práctica este tipo de aspectos que son inherentes a la radio comunitaria.

#### **4.7. SOSTENIBILIDAD DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS**

La sostenibilidad de los medios comunitarios, asociada normalmente al factor económico, es uno de los elementos más importantes en la vida y desarrollo de un medio radiofónico de carácter comunitario. Y es que en este tipo de emisoras se debe entender que “la sostenibilidad de una organización es la posibilidad de darle continuidad a un proyecto. Involucra la capacidad que tiene un grupo humano de mantener en funcionamiento la radio y de hacerla crecer”<sup>73</sup>

Si bien es cierto que lo económico es un tema que requiere atención en los medios comunitarios, por ser organizaciones sin ánimo de lucro que normalmente funcionan con los aportes de la comunidad, de los dueños de la concesión o los recursos provenientes de la publicidad, no se puede reducir la discusión meramente a este factor. Según la cartilla Sostenibilidad Social y Cultural de la Radio Comunitaria, “La sostenibilidad no es sólo cuestión de buenos o malos balances financieros, sino algo que se construye también con activos sociales, culturales e institucionales”<sup>74</sup>.

---

<sup>72</sup> Ibíd., p. 38-39.

<sup>73</sup> VILLAMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto. Gestión de la radio comunitaria y ciudadana, Quito FES, AMARC, 1998. Citado por MUÑOZ, José Luis; VILLEGAS URIBE, Esmeralda; VELASCO, Gloria y HURTADO SAA, Teodora. Sostenibilidad Social y Cultural de La Radio Comunitaria. Bucaramanga: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2010.

<sup>74</sup> Sostenibilidad Social y Cultural de La Radio Comunitaria. Op. cit., p. 6.

Por lo que se plantea ser vista desde los siguientes elementos: económico, social, cultural e institucional. “La emisora comunitaria, como organización social, es modelada por estas cuatro fuerzas. Por lo tanto, todo su ejercicio de sostenibilidad debe orientarse a mantener un equilibrio en el que se conjuguen adecuadamente los diferentes pilares que la sostienen”<sup>75</sup>.

Para Alfonso Gumucio: “La sostenibilidad económica (...) es apenas un factor entre varios que determinan la sostenibilidad de un proceso de comunicación comunitaria. Los otros factores importantes son la sostenibilidad social y la sostenibilidad institucional”<sup>76</sup>.

La sostenibilidad social se asocia a la capacidad que posee el medio de integrar al proyecto radiofónico a los diversos sectores de la comunidad con sus visiones de lo local, las expresiones más profundas y aquello que logra dar cuenta de lo que realmente representa su vida en el contexto en el que se desenvuelve. Dicha sostenibilidad también está relacionada con el nivel de vinculación que tengan las acciones de la emisora con la comunidad.

- La sostenibilidad social está íntimamente relacionada con la participación de los actores sociales y con la apropiación del proceso comunicacional. Sin la participación comunitaria, la experiencia de comunicación se convierte en una isla en medio del universo humano en el que opera. La programación de la radio no puede sino reflejar las necesidades de ese universo humano y apoyar el proyecto político comunitario<sup>77</sup>.

- ...Tiene que ver con aspectos organizativos, culturales y Lingüísticos, que son parte inherente a la apropiación del proceso comunicacional. Una experiencia de comunicación comunitaria se legitima cuando su proyecto político comunicacional representa las aspiraciones de su audiencia. Su vinculación con los actores sociales es lo que garantiza su permanencia en el tiempo y su consolidación<sup>78</sup>.

Por otro lado se encuentra la sostenibilidad institucional que está relacionada con todo lo que rodea el funcionamiento interno y externo de la emisora. En lo externo se relaciona con la legislación y distintas políticas del estado que puedan propiciar

---

<sup>75</sup> Ibid., p. 8.

<sup>76</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Arte de Equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Op. cit., p. 4.

<sup>77</sup> Ibid., p. 4.

<sup>78</sup> Ibid., p. 11.

las condiciones para el libre funcionamiento de las emisoras. El funcionamiento interno comprende el nivel de democracia en relación a las decisiones que se tomen en la emisora.

En relación a los aspectos legales es importante señalar que de esto depende que el medio pueda desempeñarse bajo condiciones que le permitan poner en práctica los fines y el sentido de la radio comunitaria en lo que concierne a la libertad de expresión y su interés por democratizar la comunicación; es decir, de la reglamentación o leyes que regulen y determinen el funcionamiento de la radio comunitaria en cada país.

Alrededor de la sostenibilidad institucional también se incluye la manera como dentro de la emisora se toman las decisiones, “Hablamos entonces de procedimientos y relaciones de trabajo, toma de decisiones, relaciones entre personas, la transparencia de la gestión, en fin, de pensar que tan democrática es por dentro la emisora que proclama a diario en sus mensajes el valor de la tolerancia, la paz, la participación, la negociación, etc.”<sup>79</sup>

La sostenibilidad institucional es el marco que facilita los procesos participativos. Por una parte, tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes, es decir con el ambiente propicio para que una experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas. Por otra parte, tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia, es decir, la democracia interna, los mecanismos de decisión y la transparencia de la gestión<sup>80</sup>.

En la radio comunitaria deben estar plasmados los intereses locales, los modos de ser, las costumbres y todo lo que implica dar reconocimiento a lo propio de las comunidades; se debe superar la lógica de mayor presencia de aquello que da lugar a acabar con la identidad de un determinado lugar. Claudia Villamayor sostiene que “es un objetivo de nuestras radios convertir a los invisibles en visibles, en audibles. Se trata de otorgar voz pública, de abrir ese espacio de expresión y de multiplicarlo para colaborar a la construcción de una historia

---

<sup>79</sup> MUÑOZ, José Luis; VILLEGAS URIBE, Esmeralda; VELASCO, Gloria y HURTADO SAA, Teodora. Sostenibilidad Social y Cultural de La Radio Comunitaria. Op. cit., p. 13.

<sup>80</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Arte de Equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Op. cit., p. 4.

verdaderamente colectiva, que incluya los grandes relatos pero que, al mismo tiempo, sume versiones multiplicando las voces”<sup>81</sup>.

Es ahí donde se ubica otro elemento trascendente para la sostenibilidad de las radios comunitarias: la sostenibilidad cultural.

Según El'Gazi y Duplat:

“Sostenibilidad cultural es (...) aquello que permite que desde el medio, se tengan en cuenta los distintos intereses sociales para que se transformen en propuestas culturales del entorno. Todas estas sostenibilidades son necesarias además de la económica. Si no se tienen en cuenta en una región, otras músicas, otras narrativas, otros relatos, otras crónicas, sencillamente muere. Muere porque es lo mismo que puede hacer una emisora comercial, al no estar en contacto con todos los procesos sociales y culturales que se expresan en una región. Hay que explorar ese mundo cultural que es múltiple, diverso, etc. Esto tiene además una finalidad política desde el punto de vista del Estado, y es la construcción del diálogo desde la diferencia”<sup>82</sup>.

Por último, está la económica que es uno de los temas más recurrentes cuando se aborda el tema de sostenibilidad en las radios comunitarias. Muchas emisoras tienen que asumir la consecución de recursos financieros para la compra de equipos, el pago por uso del espectro, en el caso colombiano, y todo lo que acarrea el funcionamiento de la emisora.

Tal como plantea Sandra Liliana Osses Rivera, “El asunto de la sostenibilidad económica es el más fuerte talón de aquiles de la propuesta de la Radio Comunitaria en Colombia, donde no existe un gran apoyo financiero por parte de Ong o del Estado y las mismas experiencias no tienen experiencia en manejos financieros, de gestión y planeación”<sup>83</sup>.

A excepción de las radios mineras de Bolivia, donde las experiencias de emisoras comunitarias eran sostenidas con recursos provenientes de un día de salario de los trabajadores, la mayoría de estas experiencias han tenido el apoyo de alguna

---

<sup>81</sup> VILLAMAYOR, Claudia y Lamas, Ernesto. Gestión de la radio Comunitaria y Ciudadana. Op. cit., p. 172.

<sup>82</sup> EL'GAZI, Jeanine y DUPLAT, Tatiana. La radio en Latinoamérica. [en línea]. [Consultado 28 de Marzo de 2014]. Disponible en Internet: <http://www.comminit.com/node/67184>

<sup>83</sup> OSSES, Op. cit., p. 148.

institución. “son pocas las experiencias que han sobrevivido sin apoyo externo. Casi todas tienen el respaldo económico de instituciones de la sociedad civil, de iglesias progresistas o de la cooperación internacional”<sup>84</sup>.

Para contextualizar sobre la posibilidad que tienen las emisoras comunitarias en Colombia de difundir pauta publicitaria se hace necesario recurrir a la resolución 415 de 2010, de acuerdo al artículo 27: “Por las estaciones de radiodifusión sonora comunitaria podrá transmitirse propaganda, exceptuando la publicidad política, y podrá darse crédito a quienes hayan dado patrocinios, auspicios y apoyos financieros para determinada programación, siempre que no se trate de personas cuyas actividades o productos esté prohibido publicar”<sup>85</sup>.

Cabe señalar que el tiempo que se podrá emitir publicidad en esta radio está determinado por el número de habitantes que tenga el municipio donde se encuentre ubicada la emisora y no podrá exceder los 15 minutos por hora de transmisión.

A la pregunta sobre si el estado debe apoyar económicamente a las emisoras comunitarias y si la legislación que cubre a estos medios debe permitir ingresos económicos por concepto de publicidad, Gumucio plantea que en ambas opciones se corre un riesgo. En relación a la primera argumenta que se corre el riesgo de una posible injerencia política y administrativa de los gobiernos; en el segundo caso, dice que se corre el riesgo de caer en manos de empresas privadas que mediante sus cuentas privadas controlen al medio, tal como sucede con los comerciales.

Y en ese orden de ideas el autor plantea que:

“Desde el punto de vista de la sostenibilidad económica, lo ideal sería lograr un equilibrio entre la generación de ingresos por concepto de publicidad y convenios, el apoyo de instituciones nacionales, organismos de cooperación internacional y grupos de solidaridad externos a la comunidad, y las contribuciones de la propia comunidad y de los trabajadores del medio de comunicación”<sup>86</sup>.

---

<sup>84</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Arte de Equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Op. cit., p. 1.

<sup>85</sup> Resolución 415 de 2010 (13, Abril, 2010). Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones. Op. cit., Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/index.php/docs-normatividad?pid=57&sid=638:415>

<sup>86</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Arte de Equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Op. cit., p. 17.

La sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios y la manera en que ha sido abordada nos brinda la posibilidad de comprender los aspectos que influyen en el funcionamiento de la emisora. Es claro que Universitat estereotipo tiene también el reto de la sostenibilidad tanto económica, institucional y social. Por tanto, es necesario comprender las dinámicas de la emisora y la manera como asume estos aspectos.

#### **4.8. COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL**

Después de la Segunda Guerra Mundial las grandes potencias pensaron un modelo de desarrollo que le apuntaba a una nueva manera de concebirlo para Latinoamérica. “Se pensaba que la solución para la pobreza en que se hallaban sumidos nuestros países «atrasados e ignorantes» era la modernización, esto es, la adopción de las características y los métodos de producción de los países capitalistas «desarrollados». Era necesario multiplicar la producción y lograr un rápido y fuerte aumento de los índices de productividad, y, para ello, resultaba imprescindible la introducción de nuevas tecnologías, vistas como la panacea para todos nuestros males”<sup>87</sup>.

En ese sentido, se consideró que era necesario introducir nuevas formas de entender el cambio para superar los escollos latentes en los países del tercer mundo, lo anterior bajo una perspectiva que ponía en riesgo las características, costumbres y prácticas locales para dar lugar a la uniformidad. Bajo esta perspectiva se pensaba en la comunicación como algo ideal para persuadir a las comunidades, para instaurar los nuevos ideales de desarrollo que habían sido definidos por las grandes potencias.

Lo anterior fue cuestionado y puesto en duda por ser una iniciativa que olvidaba lo endógeno de los países y se imponía una lógica que desconocía las culturas y los modos de comportarse de las personas.

A las críticas del modelo de desarrollo, se sumaron las que se hacían en 1970 desde Latinoamérica entorno a el modelo clásico de Laswell por “percibir la comunicación como un proceso unidireccional (monológico) y vertical (impositivo) de transmisión de mensajes de fuentes activas a receptores pasivos sobre cuya

---

<sup>87</sup> KAPLÚN, Mario. Una Pedagogía de la Comunicación: el Comunicador Popular. La Habana: Editorial Caminos, 2002. p. 29.

conducta ellas ejercen así presión persuasiva para asegurar el logro de los efectos que buscan”<sup>88</sup>.

Estos hechos despertaron la creatividad del continente en cuanto a la propuesta de nuevos modelos, pensando en la comunicación como una herramienta que puede trascender la realidad política, económica y cultural de las sociedades. Es el surgimiento de una nueva concepción de la comunicación. Y es que de las voces que se oponían y cuestionaban la forma como se estaba concibiendo el desarrollo y la manera como se vinculaba la comunicación a los procesos de cambio, surgieron propuestas como la comunicación participativa, alternativa, para el desarrollo y más recientemente la comunicación para el cambio social que:

... nace como respuesta a la indiferencia y al olvido, rescatando lo más valioso del pensamiento humanista que enriquece la teoría de la comunicación: la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de incidir en todos los niveles de la sociedad, son algunos elementos que hacen de esta propuesta un desafío”<sup>89</sup>

Pero aun antes de esto, los vínculos entre radio comunitaria y luchas sociales ya se hacían evidentes, un ejemplo de esto fueron las radios mineras de Bolivia en el 44:

“En Bolivia, para acompañar los cambios producidos en el país y con la nacionalización de las minas, los mineros bolivianos fundaron radios como una herramienta al servicio de sus luchas reivindicativas. Las frecuencias sirvieron para intercomunicarse en los mismos socavones y para la movilización sindical. Fueron las primeras radios latinoamericanas en poder de la clase trabajadora y utilizada para la movilización popular.”<sup>90</sup>

El impacto de los medios de comunicación latinoamericanos, ligados al desarrollo, pronto llama la atención de organismos internacionales como la UNESCO. En la década de los 80, este estamento detecta la importante relación de comunicación y desarrollo en las comunidades. Con el fin de analizar esta relación, enfocada

---

<sup>88</sup> BELTRÁN L., Ramiro. Op. cit., p. 20.

<sup>89</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. El Cuarto Mosquetero: comunicación para el Cambio Social. En Educación y Desarrollo. Enero-Junio, 2004, vol.12, no. 1, p. 02-23.

<sup>90</sup> VILLAMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto. Gestión de la radio comunitaria y ciudadana Op. cit., p. 10.



hacia las metas globales de desarrollo, se reúne a un grupo de expertos mundiales. De dicha reunión resulta el Informe McBride o también titulado “Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo”, un hecho histórico que José Ignacio López Vigil califica de inédito: “Se trata de un reconocimiento oficial a la radiodifusión comunitaria, o participativa, o popular, o alternativa, o libre, o los muy variados apodos que se usan para señalar un mismo objetivo: democratizar las comunicaciones.”<sup>91</sup>

Hasta ese momento la comunicación no era vista como un factor que aportara al desarrollo y era excluida de este, solo se entendía como una manera de difundir ideas y una alternativa a la que pocos podían acceder.

Tal como afirma Alfonso Gumucio: “La comunicación ha sido marginada de los programas de desarrollo la mayor parte de las veces, y cuando no ha sido el caso, se ha convertido en un soporte institucional o en un instrumento de propaganda. En muy pocos casos la comunicación ha sido un instrumento de diálogo y un elemento facilitador en el proceso de participación ciudadana, una garantía para un desarrollo humano sostenible, cultural y tecnológicamente apropiado”<sup>92</sup>.

Los procesos de desarrollo y las estrategias de comunicación se hacían a espaldas de las comunidades que lo requerían, pues no eran tenidos en cuenta ni tenían espacio para intervenir en los procesos que buscaban mejorar sus condiciones de vida. Eso conllevaba a que las estrategias implementadas fracasaran y no contribuían a solucionar los problemas de las comunidades.

Las nociones de desarrollo y modelos de comunicación propuestos desde Latinoamérica propendían a generar el progreso de la comunicación a partir de sus costumbres, inquietudes y su participación activa, al mismo tiempo se hacía un llamado a poner la comunicación al servicio de todos, es decir se planteaba la democratización de los medios. Gumucio sostiene que “Los procesos de comunicación, en su versión más humana que es el diálogo, o en sus proyecciones organizativas y mediáticas, son un instrumento de apoyo a las

---

<sup>91</sup> LÓPEZ VIGIL, José Ignacio.: Integración andina y comunicación: un reto del presente. Citado por Modelo Operativo de Radio Comunitaria Como Espacio Promotor de la Participación Democrática, Movilización y Autogestión Comunitaria en Comunidades Vulnerables del Departamento del Atlántico: Estudio De Caso.

<sup>92</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. El Cuarto Mosquetero: comunicación para el Cambio Social. Op. cit., p. 4.

transformaciones en las que el hombre es el centro. No hay desarrollo económico, social o político que no tenga como centro al hombre”<sup>93</sup>

El concepto de comunicación para el cambio social fue concretado en una reunión convocada por la Fundación Rockefeller en la que participaron diferentes expertos y se definió como «un proceso de diálogo privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo»<sup>94</sup>

Luis Ramiro Beltrán, apunta que: “De este concepto surge el planteamiento de que las comunidades deben ser actoras protagónicas de su propio desarrollo, de que la comunicación no debe ser necesariamente sinónimo de persuasión sino primordialmente mecanismo de diálogo horizontal e intercambio participativo y que, en vez de centrarse en forjar conductas individuales debe hacerlo en los comportamientos sociales condicentes con los valores y las normas de las comunidades”<sup>95</sup>.

Según Clemencia Rodríguez “La comunicación para el cambio social ve en la comunicación un vehículo para catalizar procesos de cambio, empoderar individuos, fortalecer comunidades y liberar voces que no han sido escuchadas previamente”<sup>96</sup>

Rodríguez indica varios principios que rigen la aproximación a la comunicación como cambio social:

- Evitar que las personas sean simples objetos del cambio, convirtiendo más bien a las personas y comunidades en agentes de su propio cambio.
- Evitar sólo diseñar, probar y emitir mensajes y apoyar el diálogo y el debate alrededor de los puntos clave.
- Evitar la simple transmisión de información por parte de expertos técnicos y colocar esa información en un contexto de diálogo y debate.
- Evitar el énfasis en comportamientos individuales y colocarlo en las normas sociales, las políticas, la cultura y el ambiente propicio para el cambio.

---

<sup>93</sup> Ibid., p. 8.

<sup>94</sup> Ibid., p. 22.

<sup>95</sup> BELTRÁN SALMÓN, Luis Ramiro. La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. p. 32.

<sup>96</sup> RODRIGUEZ, Clemencia; OBREGÓN, Rafael y VEGA, M. Jair. Estrategias de Comunicación para el Cambio Social. Quito, Ecuador.: Edición Friedrich - Ebert - Stiftung. p. 25.

- Evitar sólo persuadir a las personas para que hagan algo e impulsarlas a negociar el avance a través de procesos asociaciones y alianzas.
- Evitar que expertos técnicos de agencias “externas” dominen y guíen el proceso y lograr que las personas afectadas por los problemas desempeñen un papel más importante<sup>97</sup>.

Dado que la “comunicación para el cambio social” no logra desvincular la comunicación de una visión instrumental y medial (“vehículo”), el profesor Hernando Vaca sugería establecer una relación compleja y conjuntiva de “Comunicación y cambio social”<sup>98</sup>

Para la presente investigación es pertinente entender los modelos en los que se ubica o se encuentran inscritas las radios comunitarias, lo anterior desde la perspectiva de la manera en que se vincula el desarrollo con la comunicación. Además de las lógicas de los medios desde su quehacer y sus estrategias con miras a ejercer un tipo de comunicación inclusiva y participativa; una comunicación al alcance de todos los actores sociales.

#### 4.9. ROL

Conocer los roles de las personas que integran la emisora Universitas Estéreo, es importante para la presente investigación porque permite conocer no solo el papel que ocupan en la radio sino que ayuda a conocer que percepción tienen sobre el medio.

El Diccionario de la Real Academia Española define la palabra Rol como la “Función que alguien o algo cumple”<sup>99</sup>. Por su parte, Ernesto Lamas indica que “Es el lugar que ocupa cada uno de los integrantes de una organización...”<sup>100</sup> y agrega que “Los integrantes de una organización poseen roles específicos, es decir que ocupan un determinado lugar en esa organización y se relacionan con los demás integrantes del grupo de una manera diferenciada”<sup>101</sup>.

---

<sup>97</sup> Ibid., p. 25.

<sup>98</sup> Cfr. VACA, Hernando. Comunicación y cambio social. Diálogo y participación (texto sin publicar).

<sup>99</sup> Diccionario Real Academia Española [en línea]. <http://lema.rae.es/drae/?val=Rol>. [Consultado el 9 de Junio de 2014]

<sup>100</sup> LAMAS, Ernesto. Gestión integral de la Radio Comunitaria Op. cit., p. 52.

<sup>101</sup> Ibid., p. 52.

Ese lugar o función que cumple cada uno de los integrantes de la emisora, incide en el funcionamiento interno del medio y en la manera en que ejecutan sus acciones. Por tal motivo, es trascendental conocer sus prácticas, motivaciones y miradas sobre la radio comunitaria y el papel que esta ocupa en la vida del municipio.

Lamas, por su parte, sostiene que “La claridad en el establecimiento de los roles no debe conducirnos a fragmentar excesivamente los campos de acción de cada persona. Que tengamos claro cuáles son nuestras funciones no significa que no podamos participar de otros espacios sino que sabemos bien cuáles son las funciones que no debemos descuidar”<sup>102</sup>.

#### 4.4 MARCO CONCEPTUAL

**Comunidad organizada:** Se entiende por comunidad organizada “a la asociación de derecho, sin ánimo de lucro, integrada por personas naturales y/o jurídicas, en la que sus integrantes estén unidos por lazos de vecindad y colaboración mutuos en beneficio del desarrollo local y la participación comunitaria”<sup>103</sup>.

**Junta de Programación:** En la investigación se entiende la Junta de programación como un grupo conformado por distintos sectores de la comunidad, que participa, propone y analiza todos los aspectos relacionados con la fijación de la parrilla de programación de la emisora. Además de ser un espacio que logra dar participación a los distintos actores del municipio en la emisora comunitaria.

Y es que “la vida de la emisora comunitaria radica en el éxito de la programación. Esta Junta, integrada por un selecto grupo de ciudadanas y ciudadanos, representantes de las organizaciones fundadoras y de la sociedad civil, tiene como responsabilidad definir las políticas, los planes y criterios de la programación, y orientar, hacer seguimiento, evaluar y formular recomendaciones para el mejoramiento de los programas radiales que emite la emisora”<sup>104</sup>.

---

<sup>102</sup> *Ibíd.*, p. 52.

<sup>103</sup> COLOMBIA.MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES y MINISTERIO DE CULTURA. Políticas para la Radiodifusión en Colombia. Bogotá, D.C., 2004.

<sup>104</sup> Sostenibilidad Social y Cultural de La Radio Comunitaria. Op. cit., p. 70. (citado en forma completa en la referencia 64)

**Radiodifusión sonora:** “La radiodifusión sonora es un servicio público de telecomunicaciones, a cargo y bajo la titularidad del Estado, orientado a satisfacer necesidades de telecomunicaciones de los habitantes del territorio nacional y cuyas emisiones se destinan a ser recibidas por el público en general”<sup>105</sup>.

**Manual de estilo:** “Documento de conocimiento público que contiene las políticas, los principios y criterios propios de la emisora comunitaria, con los cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la violencia, a la discriminación y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora”<sup>106</sup>.

**Programación Radiofónica:** Para comprender el concepto y lo que implica definir la programación de una radio es pertinente plantear tres consideraciones al respecto:

- “Programar es una técnica, pero, al mismo tiempo, también es un arte: la técnica y el arte de idear, realizar y presentar unos contenidos que brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige la emisora acorde con los principios editoriales de la empresa, los recursos humanos y técnicos de los que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite. Además de la relación comunicativa que una emisora entabla con su audiencia, la programación también es el modo y la forma de idear y organizar el tiempo radiofónico de acuerdo a una actuación concreta”<sup>107</sup>.

- “... lo que comúnmente se entiende por programación en la radio, no puede verse simplemente como el producto total de secciones o una suma de programas o espacios de una estación; es más que eso, la programación viene a constituir el conjunto de programas que una radiodifusora ofrece a su audiencia, bien sea en un espacio de transmisión diario o semanal, estructurados en una unidad de tiempo determinada y con un cúmulo de contenidos que no sólo reflejan el estilo de la emisora sino también su ideología”<sup>108</sup>.

---

<sup>105</sup> Políticas para la radiodifusión en Colombia. Op. cit., p. 26.

<sup>106</sup> Ibíd., p. 27.

<sup>107</sup> MARTÍNEZ-COSTA, M<sup>a</sup> Pilar y MORENO MORENO, Elsa (coord.). Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia, Ariel, Barcelona, 2004. Citado por MORENO, Elsa. Las “radios” y los modelos de programación radiofónica. **En:** Comunicación y Sociedad. 2005. vol. XVIII, núm. 1, p. 62-111.

<sup>108</sup> PRIETO, Iris. Programación radiofónica y Espacios informativos. Maracaibo, Venezuela.: Universidad de Zulia (Ediluz), 2001. 107 p.

Es importante señalar que la programación de una emisora no solo constituye el acto de ordenar u organizar unos programas o contenidos que van a ser difundidos en diferentes momentos, todo lo contrario desde el presente trabajo se piensa este concepto como aquello que expresa el objeto de la emisora y la relación que se quiere establecer con las audiencias.

**Audiencia:** La audiencia en la radio comunitaria la comprendemos como el conjunto de personas de un determinado lugar que participan en la producción y elaboración de contenidos, pero su papel no cesa ahí, se espera que la audiencia participe activamente en los procesos administrativos y que vea sus deseos e inquietudes reflejados en el quehacer del medio. La audiencia de una emisora comunitaria debe ser activa y no pasiva. Su participación en la radio debe superar el mero hecho de comunicarse telefónicamente.

Tal como señala el manual Radio Comunitaria. Una Empresa Social Sustentable, “La audiencia es la razón de ser de la emisora comunitaria, el objetivo principal. Más que oyentes, la emisora comunitaria busca interlocutores: ciudadanas y ciudadanos que se identifiquen con la emisora, participen en ella y generen cambios de vida a partir de los procesos comunicativos que allí se lideran”<sup>109</sup>.

**Radio comunitaria:** La radio comunitaria es un espacio que promueve la participación de los diversos actores de la comunidad, teniendo como objeto democratizar la comunicación y ser un medio de comunicación que refleje las necesidades y pensamiento de la comunidad desde el ámbito local. También pretende contribuir al cambio social.

---

<sup>109</sup> La Radio Comunitaria Una empresa Social Sustentable. MINISTERIO DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES y MINISTERIO DE CULTURA. Op. cit., p. 38.

## **5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

En el presente estudio prevalecen instrumentos de orden cualitativo. Se procedió a realizar una revisión a la reglamentación sobre la radiodifusión en Colombia para de esta manera comprender el funcionamiento de la radio comunitaria. La entrevista y la encuesta fueron las técnicas escogidas para la recolección de datos. En el caso de las entrevistas, se construyeron cuestionarios tendientes a responder los objetivos propuestos en el presente estudio y diferenciados, es decir de acuerdo al rol y su nivel de relación con las diferentes categorías del estudio. Cabe destacar que la entrevista semi-estructurada, por ser este un estudio de enfoque cualitativo, primó en la recopilación de información. Sin embargo, también se hizo uso de la encuesta con una finalidad cualitativa.

Los criterios establecidos para la aplicación de la encuesta pasaron, entre otras cosas, porque quien la respondiera fuera habitante del municipio. Se aplicó de forma aleatoria y personalmente a niños, jóvenes y personas adultas, en distintos barrios y lugares concurridos. Las entrevistas, semi-estructuradas, se desarrollaron de manera individual a directivos e integrantes de la emisora que estuvieran activos en el medio. También se escogieron dos entidades de alto reconocimiento y trayectoria en el municipio, a las cuales se les entrevistó con el mismo cuestionario; sin embargo, se incluyeron otros elementos que fueron surgiendo durante el desarrollo de la charla.

### **5.1. GUÍA DE ENTREVISTAS DIRECTIVOS**

Los directivos fueron entrevistados en dos oportunidades: la primera, para construir la historia mediática. Esta fue grupal, participaron la directora administrativa de la emisora, el presidente y la directora general de la fundación a la que pertenece la emisora, y se hizo en la etapa inicial del estudio. La segunda, se llevó a cabo durante la recolección de datos, allí se entrevistó a dos de los tres directivos que se abordaron en el primer encuentro. Las preguntas pasaron por los siguientes temas:

- Toma de decisiones
- Procedimiento para toma de decisiones
- Formas de organización (organigrama, proyecto institucional)

- Fuentes de financiación
- Gestión de recursos
- Junta de programación
- Relación con los colaboradores
- Formas de vinculación de personal
- Número de colaboradores
- Perfil de integrantes de la emisora
- Formación del personal
- Definición de contenidos
- Audiencia, etc.

**5.1.1. Guía de entrevista integrantes.** Se entrevistó a cuatro integrantes (colaboradores) de manera separada. Las personas entrevistadas se encontraban activas en el medio y en promedio llevan vinculados a la emisora más de 10 años.

- Vinculación y tiempo laborado en el medio
- Percepción sobre la radio comunitaria
- Conocimiento sobre la radio comunitaria y las diferencias frente a los medios comerciales
- Formación profesional
- Tipo de vínculo laboral
- Rol del medio
- Etc.



## **5.2. FORMATO DE ENCUESTA**

La encuesta en total tuvo 16 preguntas en relación a los siguientes aspectos:

- Hábitos de consumo
- Posicionamiento de la emisora
- Participación en la emisora
- Percepción sobre la emisora
- Contenidos

**5.2.1. Guía de entrevista Instituciones.** Para profundizar en los temas relacionados con la audiencia se decidió además de la encuesta, realizar dos entrevistas a entidades reconocidas del municipio: La iglesia Católica y el Cuerpo de Bomberos Voluntarios. La entrevista giró en torno a los siguientes temas:

- Percepción sobre la emisora
- Participación en la emisora
- Sugerencias y aportes al proyecto radiofónico
- La importancia de contar con un medio municipio

Conocimiento sobre las diversas instancias en las que puede participar en la emisora.

## **5.3. ENFOQUE INVESTIGATIVO**

El presente trabajo es de tipo cualitativo porque se centra en conocer la estructura de la emisora en las dimensiones de audiencia, actores que participan de ella,

contenidos y lo administrativo. Esto implica indagar entre las personas que hacen parte de la emisora sobre su quehacer diario y la percepción que tienen sobre la radio, además de las actividades que realizan desde su rol. También develar la percepción que tienen los oyentes emisora.

Cabe señalar que “La principal característica de la investigación cualitativa es su interés por captar la realidad social „a través de los ojos” de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto...”<sup>110</sup>

Este enfoque brinda instrumentos y técnicas necesarios para cumplir con los objetivos trazados de la presente investigación, pues la estructura y la función social de la emisora podrán ser evidenciadas mediante el enfoque elegido.

El método cualitativo no parte de supuestos derivados teóricamente, sino que busca conceptualizar sobre la realidad con base en el comportamiento, los conocimientos, las actitudes y los valores que guían el comportamiento de las personas estudiadas. El proceso de investigación explora de manera sistemática los conocimientos y valores que comparten los individuos en un determinado contexto espacial y temporal. Esto implica que no aborda la situación empírica con hipótesis deducidas conceptualmente, sino que de manera inductiva pasa del dato observado a identificar los parámetros normativos de comportamiento, que son aceptados por los individuos...”<sup>111</sup>

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos en la presente investigación se utilizaran los siguientes instrumentos:

#### **5.4. TÉCNICAS**

---

<sup>110</sup> BONILLA CASTRO, Elssy y RODRÍGUEZ SEHK, Penélope Más allá del dilema de los métodos: La investigación en ciencias sociales [en línea]. 3 ed. Bogotá D.C.: Grupo Editorial Norma, 2005.424 p. [Consultado 04 de septiembre de 2013]. Disponible en Internet: <http://books.google.com.co/books?id=oSa54vNsC7YC&pg=PA47&lpg#v=onepage&q&f=false>

<sup>111</sup> Ibíd., Pág. 80

**5.4.1. Entrevista Semi-estructurada.** En total se llevaron a cabo 9 entrevistas entre directivos, integrantes de la emisora Universitas Estéreo e instituciones de alto reconocimiento en el municipio. Los cuestionarios fueron elaborados respondiendo a los objetivos, y se incluyeron otros aspectos que fueron surgiendo durante el desarrollo de las entrevistas. En promedio cada entrevista tuvo una duración de entre 30 y 40 minutos, las cuales luego fueron transcritas y ordenadas.

**5.4.2. Encuesta.** La encuesta fue aplicada a los habitantes del municipio de El Cerrito, en esta se indagó sobre hábitos de consumo del medio radiofónico, participación, conocimiento acerca de la emisora, la importancia del medio para el municipio y en general la percepción que tienen los habitantes sobre la emisora. La encuesta fue aplicada de manera aleatoria y personalmente en distintos sectores de El Cerrito. El total de encuestas realizadas fue de 70 y el cuestionario contó con 16 preguntas.

#### **5.4.2.1. Fuentes**

- **Primarias:** Directivos Emisora

- **Armando Nieto Navia**-Presidente Fundación Centro Cultural Universitas

- **Martha Lucia Marmolejo**- Directora Ejecutiva Fundación Centro Cultural Universitas

- **Adriana Atehortua**- Directora Administrativa Emisora Universitas Estéreo

- Integrantes (Locutores)

- **Javier Gómez**- Locutor Operador

- **Raúl Tenorio**- Presentador programa Recordar es Vivir

- **Oveimar Lozano**- Conductor Programa Música Colombiana

➤ **Bernardo Palacio-** Conductor Programa Tropi-Vallenatos

- Instituciones

➤ **Iglesia Católica Nuestra Señora de Chiquinquirá-**Sacerdote Aníbal Soto

➤ **Cuerpo de Bomberos Voluntarios El Cerrito-** Comandante Guillermo Obando

- **Secundarias:**

➤ Artículos

➤ Biblioteca

➤ Documentos

➤ Páginas Web

## **5.5. PROCEDIMIENTO**

### **5.5.1. Fase 1: Exploración e indagación documental**

- Acercamiento directivas de la emisora

- Consulta de literatura y Marco normativo

- Redacción Capítulos sobre el funcionamiento y regulación de la radiodifusión comunitaria, y la historia del medio.

#### **5.5.2. Fase 2: Elaboración y Aplicación de los instrumentos**

- Elaboración guía de entrevista para directivos de la emisora, integrantes e instituciones.
- Elaboración formato de encuesta
- Realización entrevista a Directivos, integrante de la emisora e instituciones
- Aplicación de la encuesta

#### **5.5.3. Fase 3: Descripción, clasificación, análisis y tratamiento de la Información**

- Transcripción de las entrevistas
- Presentación y análisis de los datos
- Redacción de resultados

#### **5.5.4. Fase 4: Elaboración Informe Final**

- Redacción de las conclusiones
- Elaboración Informe Final

## 6. LA RADIO COMUNITARIA EN COLOMBIA: HITOS E HISTORIAS

La radio comunitaria en Colombia se ha concebido como un espacio que permite la participación y el fortalecimiento de lo local, vislumbrándose como un escenario donde se democratiza la palabra.

Colombia ha sido pionera en Latinoamérica en este tipo de radiodifusión por dos aspectos que vale la pena resaltar: Primero, el papel que desempeñó radio Sutatenza en la alfabetización del campesinado en 1947, en el departamento de Boyacá y que luego se extendió a otras zonas del país. Este proyecto, fundamentado bajo el ideal de alfabetizar a la población campesina, contó con el respaldo de la Iglesia Católica, la cual ayudó a su réplica en países de la región, sentando de esta manera un paradigma de radio comunitaria direccionada hacia unas nociones de participación que responden al llamado que por aquella época se hacía a la democratización y el desarrollo de las comunidades.

Segundo, el liderazgo que asumió en el año 1995 al ser el primer país en reconocer y convertir en legal la radio comunitaria, emprendiendo un proceso de adjudicación de licencias de funcionamiento.

Con el decreto 1447 del año 1995 se dio el paso más importante hacia el fortalecimiento y legalización de estas emisoras, por ser la guía y la posibilidad de formalizar una radio que ya venía funcionando en distintos grupos sociales.

Y es que para José Miguel Pereira, con el decreto en mención:

...lo más importante no está en que las radios comunitarias pasaran de su clandestinidad al reconocimiento oficial y legal, sino que dicho Decreto les ofrece un mapa, un compromiso, una función social clara, que las define y les da el carácter de comunitarias. En el decreto en mención se sostiene que las radios comunitarias deben ser: radios participativas, de toda la comunidad, deben responder a las necesidades, gustos y realidades locales, deben ser

medios que contribuyan a la formación, al desarrollo y la paz de la comunidad<sup>112</sup>.

Cabe anotar, que aunque al decreto 1447 de 1995 se le asocia como el primero que reglamenta la radio comunitaria en el país, lo cierto es que el que la reconoce por primera vez es el 1695 de 1994. Dicho decreto se refería de manera exclusiva a la radio comunitaria, pero su duración no fue muy amplia ya que fue derogado por el mencionado 1447 del 1995.

Por su parte, el trabajo Nuevos sentidos de lo comunitario: La Radio Comunitaria en Colombia, indica que:

**El** Decreto 1447 ya no contó con la participación de los gestores de las experiencias y las instituciones de apoyo, sino que fue promulgado directamente por **el** Ministerio de Comunicaciones. Algunos de los implicados en el proceso opinan que **el** segundo decreto no es tan completo como el primero **y** que tiene profundas limitaciones frente a éste. Sin embargo, la legalización aparece en los testimonios de muchos de los actuales gestores de las experiencias como el que da vida a la radio comunitaria<sup>113</sup>.

Posteriormente surgió un nuevo decreto, esta vez el 1981 del año 2003, que nuevamente reglamentaba la radio comunitaria de manera separada y no unificada como lo hacía el 1447. Con la nueva reglamentación surgieron las llamadas juntas de programación y la necesidad de que las emisoras comunitarias construyeran un manual de estilo con el objetivo de garantizar la participación de todos los sectores de la comunidad en las emisoras.

El nuevo decreto fue derogado por el 2805 de 2008, en cual nuevamente establecía una legislación general para la radio en Colombia. En la actualidad la radiodifusión en Colombia se rige por la resolución 415 del año 2010.

En el estado Colombiano la radiodifusión sonora, en general, “es un servicio público de telecomunicaciones, a cargo y bajo la titularidad del Estado, orientado a satisfacer necesidades de telecomunicaciones de los habitantes del territorio

---

<sup>112</sup> PEREIRA GONZÁLEZ. José Miguel. Comunicación y Ciudadanía. Apuntes para comprender los procesos de las radios y televisiones locales y comunitarias en Colombia. En SIGNO Y PENSAMIENTO: Universidad Javeriana. 2001, Vol. 20. No. 38, pp. 102-116.

<sup>113</sup> OSSES, Op cit. p. 102. (citado en forma completa en la referencia 70)

nacional y cuyas emisiones se destinan a ser recibidas por el público en general”<sup>114</sup>

Este medio de comunicación es clasificado de acuerdo a la función de la gestión del servicio, la orientación de su programación, el área de cubrimiento autorizada y la tecnología de transmisión. Respecto a la gestión del servicio es pertinente indicar que en nuestro país se presta de manera directa e indirecta, siendo indirecta cuando el estado presta el servicio a través personas naturales o jurídicas vía concesión, y la directa, se refiere a cuando es prestado por entidades públicas. Ambas deben ser autorizadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

De acuerdo a la resolución 415 de 2010, la orientación de la programación permite clasificar las emisoras de la siguiente manera:

- a) **Radiodifusión sonora comercial.** Cuando la programación del servicio está destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos del oyente y el servicio se presta con ánimo de lucro, sin excluir el propósito educativo, recreativo, cultural, científico e informativo que orienta el Servicio de Radiodifusión Sonora en general.
- b) **Radiodifusión sonora de interés público.** Cuando la programación se orienta, a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población, sin ánimo de lucro, a cargo y bajo la titularidad del Estado.
- c) **Radiodifusión sonora comunitaria.** Cuando la programación está orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica.<sup>115</sup>

El área de cubrimiento se ha determinado de la siguiente forma:

---

<sup>114</sup> Resolución 415 de 2010. Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones. Op. cit., Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3797.html>

<sup>115</sup> Ibíd., Disponible en: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3797.html>



a) De cubrimiento zonal. Son las estaciones Clase A y Clase B; las cuales de conformidad con la potencia de operación establecida en el respectivo plan técnico están destinadas a cubrir áreas más o menos extensas que contienen varios municipios o distritos y por lo tanto protegidas contra interferencias objetables en el área de servicio autorizada.

b) De cubrimiento zonal restringido. Son estaciones Clase C, las cuales de conformidad con la potencia de operación establecida en el respectivo plan técnico están destinadas principalmente a cubrir el municipio o distrito para el cual se otorga la concesión, sin perjuicio que la señal pueda ser captada en las áreas rurales y centros poblados de otros municipios y por lo tanto protegidas contra interferencias objetables en el área de servicio autorizada.

c) De cubrimiento local restringido. Son estaciones Clase D. Aquella destinada a cubrir con parámetros restringidos áreas urbanas y/o rurales, o específicas dentro de un municipio o distrito, y que está obligada, por lo tanto, a implementar los mecanismos que determine el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para garantizar la operación de la misma dentro de los parámetros estipulados en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora.<sup>116</sup>

Las emisoras comunitarias son estaciones clase D; las de interés público, clase C y las comerciales; A y B.

## **6.1. LA RADIO COMUNITARIA COMO CONCEPTO**

En el presente documento abordaremos la definición de radio comunitaria desde la óptica del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y la que plantea José Ignacio López Vigil, en el Manual Urgente para Radialistas Aficionados.

En Colombia la radio comunitaria es definida como:

...un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales. Por tanto, todos los

---

<sup>116</sup> Ibid., Disponible en: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3797.html>

proveedores de este servicio tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados<sup>117</sup>.

Por su parte, José Ignacio López Vigil, plantea que:

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria<sup>118</sup>.

**6.1.1. Así funciona la radio comunitaria en Colombia.** A mediados de los 90 en Colombia la radio comunitaria obtuvo su primer triunfo, tras lograr ser reconocidas por primera vez por el Estado mediante el decreto 1447 del año 1995, que legalizaba este tipo de radios. Dos años después, el 11 de marzo de 1997, fueron adjudicadas las primeras emisoras comunitarias en el país. Para ese entonces, según el artículo Apuntes para comprender los procesos de las radios y televisiones locales y comunitarias en Colombia, “se presentaron 1311 solicitudes, de las cuales se seleccionaron 401, es decir el 31.2%”<sup>119</sup>.

Posterior, al decreto en mención, surgió el decreto 1981 de 2003 el cual incorporó elementos como la creación de las Juntas de programación, que en el artículo 9 sostiene que los concesionarios o encargados de las emisoras “deberán conformar una Junta de Programación encargada de la formulación y seguimiento de políticas, planes y programas en materia de programación, y de velar por el cumplimiento de los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora”<sup>120</sup>

Dicha juntas deben estar compuestas por organizaciones sociales o instituciones del municipio, a través de un representante con el fin de garantizar la participación

---

<sup>117</sup> Ibid., Disponible en: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3797.html>

<sup>118</sup> LOPEZ VIGIL, Ignacio José. Manual Urgente Para Radialistas Aficionados. Op. cit., P. 331-332

<sup>119</sup> PEREIRA, Op. cit., p. 106. (citado en forma completa en la referencia 112)

<sup>120</sup> Decreto 1981 de 2003. Por el cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones. Op. cit., Disponible en internet: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8814>

de los diversos sectores de la población y velar, entre otras cosas, porque la programación de la emisora sea incluyente y todas sus acciones respondan a los fines del servicio.

También, con el decreto, se incluyó la creación de los manuales de estilo “que deberá contener la visión, las políticas, los principios y criterios propios de las emisoras, con los cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la violencia, a la discriminación y a la pornografía y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines del servicio. El manual de estilo servirá de guía para la generación de contenidos, formatos, redacción y planes de programación”<sup>121</sup>

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en Colombia existen en la actualidad **686**<sup>122</sup> emisoras comunitarias distribuidas en distintas zonas del País. Las licencias de funcionamiento son otorgadas a comunidades organizadas por un periodo de 10 años y luego de transcurrido este tiempo, los concesionarios deberán gestionar ante el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones la renovación de la licencia por el mismo tiempo.

Sobre la programación la resolución 415 de 2010, en el artículo 26 señala que:

...debe estar orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, la promoción de la democracia, la participación y la divulgación de los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica<sup>123</sup>.

---

<sup>121</sup>

Ibíd.,

Disponible

en

internet:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8814>

<sup>122</sup> COLOMBIA. MINISTERIO DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Listado de emisoras comerciales, comunitarias y de interés público [en línea]. Disponible en:

[http://www.mintic.gov.co/images/documentos/radio\\_difusion\\_sonora/listado\\_emisoras.xls](http://www.mintic.gov.co/images/documentos/radio_difusion_sonora/listado_emisoras.xls)

<sup>123</sup> Resolución 415 de 2010. Por el cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones. Op. cit., Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3797.html>

Este tipo de emisoras son entregadas a comunidades organizadas legalmente constituidas, por cuanto son gestionadas por la ciudadanía que debe cumplir con los requerimientos que establece el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en ese orden de ideas, en Colombia quien desee emprender un proyecto de radio comunitaria deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Ser una comunidad organizada debidamente constituida en Colombia.
2. Tener domicilio en el municipio para el cual se pretende prestar el Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.
3. Haber desarrollado trabajos con la comunidad municipal en diferentes áreas del desarrollo social.
4. Acreditar capacidad de congregar a las organizaciones sociales del municipio para constituir la Junta de Programación.
5. No estar incurso en causal de inhabilidad, incompatibilidad o prohibición de orden constitucional o legal.
6. No ser concesionario del servicio de radiodifusión sonora.
7. El titular de una concesión que hubiere dado lugar a la cancelación de la licencia, no podrá ser concesionario del servicio por el término de cinco (5) años, contados a partir de la fecha de ejecutoria del respectivo acto.<sup>124</sup>

En estas emisoras se puede emitir publicidad, excepto la de carácter político. Pueden gestionar patrocinios o auspicios para ser difundidos durante su programación. Es importante destacar que las emisoras comunitarias tienen un tiempo límite de transmisión de comerciales por hora, el cual es determinado según el número de habitantes que tenga el municipio o ciudad donde esté funcionando.

En el caso de las emisoras que se encuentren en municipios que tengan menos de 100.000 habitantes, podrán emitir 15 minutos de comerciales por hora; los que tengan entre 100.000 y 500.000, 10 minutos por cada hora de transmisión y las estaciones de radio que se encuentren ubicados en municipios o distrito con más de 500.000 habitantes, están autorizados para transmitir 7 minutos cada hora.

Cabe resaltar que los recursos que obtengan por concepto de publicidad, auspicios, patrocinios, comercialización de espacios y aportes de organismos nacionales e internacionales, deben reinvertirse en los gastos de funcionamiento o sostenimiento de la emisora.

---

<sup>124</sup> Ibid., Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3797.html>

Las emisoras comunitarias “funcionan en FM y se clasifican como estaciones clase D con un cubrimiento local restringido y una potencia máxima de 250 W, dado el carácter local de este servicio. La mayoría de estas emisoras se ubican en municipios con menos de 50 mil habitantes, y algunas de ellas funcionan en el sector rural”<sup>125</sup>.

Dentro de los decretos que rigen el servicio comunitario de radiodifusión sonora no se pone límite a su horario de funcionamiento y se asume más como una decisión unilateral del encargado de la concesión, pero si se prohíbe la conformación de cadenas radiales. Eso no significa que las emisoras no se puedan agrupar a través de asociaciones, que de hecho existen, o que eventualmente no puedan emitir programas en conjunto.

**6.1.1.1. Una mirada crítica a la radio comunitaria.** No cabe duda que el estado colombiano ha dado pasos importantes hacia el fortalecimiento de la radio comunitaria, esto quedó demostrado con la legalización de este tipo de medios de comunicación que contribuyen al desarrollo de las comunidades y que permiten que se geste una verdadera democratización de palabra, respondiendo al artículo 20 de la constitución política de 1991, el cual garantiza la libertad de expresión, de informar y crear medios de comunicación.

Sin embargo, con la adjudicación de la primeras emisoras se “originaron diversos problemas, algunos que fueron detectados en forma inmediata y, otros, en la medida en que se ha puesto en funcionamiento este servicio: dificultades para formalizar las licencia de concesión, montaje de emisoras que no reúnen las especificaciones técnicas y distorsión de los fines de la radio comunitaria”<sup>126</sup>.

Algunas emisoras le han dado una orientación al servicio que no corresponde a la finalidad con que fueron creadas, pues muchas de estas dentro de sus programación han apelado más a los espacios de corte musical y le han dado poco espacio a contenidos que fomenten verdaderamente la participación de la comunidad, además de la poca inclusión de los diversos actores de la comunidad.

---

<sup>125</sup> Políticas para la Radiodifusión en Colombia. Op. cit., 11. Disponible en internet: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf>

<sup>126</sup> Ibíd., Disponible en: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf>

Como solución a los problemas que se venían presentando, Sectores como el Consejo Nacional de Política Económica y Social y el Departamento Nacional de Planeación también han dado a conocer versiones aprobadas del CONPES[1] 3506 del 4 de febrero de 2008 con el objetivo de:

“Fortalecer la prestación del servicio de la radiodifusión sonora comunitaria en cuanto a su capacidad para promover la expresión ciudadana y la convivencia pacífica, facilitar el ejercicio del derecho a la información y a la comunicación, fomentar la participación plural en asuntos de interés público y en el reconocimiento de la diversidad cultural; con el fin de contribuir a la ampliación de la democracia y a la construcción de desarrollo humano en Colombia”<sup>127</sup>.

También se creó en el año 2008 el comité consultivo con el propósito de fortalecer la radio comunitaria y generar la participación ciudadana a través de una programación que los represente y; así mismo, involucrar a los encargados de las emisoras en la fijación de políticas del servicio.

El artículo 2 de la resolución 002235 de 2008 establece que las funciones del comité consultivo son:

- Asesorar al Ministerio de Comunicaciones en los procesos de formación de política pública para radio comunitaria y en el seguimiento a su implementación.
- Articular el desarrollo de acciones que contribuyan a fortalecer el servicio comunitario de radiodifusión sonora y propicien la participación ciudadana a través de una programación que represente sus intereses y necesidades sociales.
- Promover la participación de los concesionarios del servicio de radio comunitaria alrededor de la ejecución de las políticas para el servicio de radio comunitaria.
- Presentar proyectos de reglamentación que impliquen el fortalecimiento del servicio de la radio comunitaria en Colombia.
- Promover el desarrollo de diversas iniciativas y proyectos del sector privado y las agencias de cooperación internacional que posicionen el papel de la

---

<sup>127</sup> COLOMBIA. Consejo Nacional de Política Económica y Social. República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación. Lineamientos de Política para el Fortalecimiento del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora. [en línea]. Bogotá 2008. [Consultado septiembre 11 de 2014]. Disponible en Internet: [http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3504\\_documento.pdf](http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3504_documento.pdf)

radio comunitaria en el país como medio de comunicación para el desarrollo local y la integración social<sup>128</sup>.

Pero el desafío más grande que ha tenido que afrontar la radio comunitaria no solo en Colombia sino en el mundo, es el de la sostenibilidad, en el caso colombiano las emisoras comunitarias pueden emitir publicidad pero esto no ha sido suficiente para poder sostenerse a nivel económico. La emisoras comunitarias deben pagar dentro de los primeros tres meses del año derechos de autor y no solo eso, también deben pagar por el uso del espectro electromagnético.

Y es que según la exposición de motivos del proyecto de ley No. 55 de 2013 radicado en el Senado en agosto de 2013, "...en los últimos tres años de las cerca de 700 emisoras comunitarias que existen en el país, a 282, es decir a un 40% del total, el Ministerio de TIC ha tenido que archivarles la concesión por estar en mora con el pago de las contribuciones y pagos por el uso del espectro electromagnético..."<sup>129</sup>

Para hacer frente a los problemas de sostenibilidad económica que presentan las emisoras comunitarias en el año 2012 el senador de la república, Juan Manuel Galán Pachón, propuso un Proyecto de ley "Por el cual se modifica el servicio de radiodifusión sonora comunitario y se dictan otras disposiciones"<sup>130</sup>. Tiempo después el proyecto fue retirado por su propio autor.

Entre otras cosas, este proyecto, buscaba que le fuera otorgada no menos del 33% de publicidad para las emisoras comunitarias que difundieran programas culturales, educativos, ecológicos, de servicios, recreativos, informativos, noticiosos, de opinión, periodísticos, religiosos o deportivos, fomentados y

---

<sup>128</sup> COLOMBIA. MINISTERIO DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Resolución 002235 de 2008. Por la cual se crea el Comité Consultivo de Radio Comunitaria [consultado el 12 de marzo de 2014]. Disponible en internet: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/Radiodifusion%20Sonora/Archivos%20PDF/Resolucion%202235%20Comite%20Consultivo%20Radio%20Comunitaria.pdf>

<sup>129</sup> PEDRAZA, Jorge Hernando. Proyecto de ley por la cual se declara una amnistía a emisoras comunitarias y de interés público, se condonan deudas a emisoras indígenas de interés público y se dictan otras disposiciones [en línea]. [Consultado marzo 05 de 2013]. Disponible en: <http://www.secretariassenado.gov.co/PROYECTOS%20DE%20LEY%20PRESENTADOS%20EN%20NUEVA%20LEGISLATURA%202013%202014/PL%2055-13%20S%20AMNISTIA.pdf>

<sup>130</sup> GALÁN PACHÓN, Juan Manuel. Proyecto por el cual se modifica el servicio de radiodifusión sonora comunitario y se dictan otras disposiciones. [Consultado febrero 3 de 2014]. Disponible en Internet: <http://congresovisible.org/proyectos-de-ley/por-la-cual-se-modifica-el-servicio-de-radiodifusion-sonora-comunitario-y-se-dictan-otras-disposiciones-radiodifusion-sonora-comunitario/6900/>

establecidos por entes del nivel nacional. Lo que se convertiría en una posibilidad de sostenimiento para estas emisoras, pero como se mencionó el proyecto no logro ser una realidad.

Lo cierto es que la radio comunitaria es un escenario que permite que las personas que no tienen acceso o participación de los grandes medios, promuevan sus costumbres y principios. El estado deberá cada vez más establecer políticas que contribuyan a su sostenibilidad.



## 7. UNIVERSITAS ESTÉREO: APUNTES PARA UNA HISTORIA MEDIÁTICA

### 7.1. PRIMEROS PASOS HACIA UNA RADIO COMUNITARIA

Era 1966, seguramente la atención del país la acaparaba el Mundial de Fútbol de Inglaterra, cuando los primeros pasos empezaron a gestarse para el inicio de una historia mediática.

Para aquella época, en el municipio de El Cerrito, hubo una feria en la que una familia de apellido Gonzales proveniente de Cali y propietaria de Helados Paty, colocó un Stand. De la presencia de esa familia a aquellas festividades se quedó algo muy valioso: Un amplificador, que se sumaba a un parlante muy artesanal que ya ellos tenían. “Con ese amplificador y con un micrófono, muy elemental, nosotros organizábamos audiciones musicales en el interior y por la noche colocábamos el parlante al parque, donde se reunía gran cantidad de gente a escuchar...música colombiana y popular, donde lo fundamental de esa música eran los discos que regalaba el Ingenio Providencia”<sup>131</sup>.

Quienes estaban detrás de esa idea pertenecen a la Fundación Centro Cultural Universitas, que en ese momento tenía su sede donde hoy funciona Bancolombia. Lugar estratégico por estar ubicado en pleno parque principal del municipio y donde no sería difícil llamar la atención de quienes se movilizaran por el sector.

De aquel amplificador, en el que solo se podía colocar un tocadiscos y un micrófono, provenían los sonidos que llegaban a los oídos de los transeúntes que se paseaban por el sector y que luego se agolpaban en el lugar. “Informamos que para este fin de semana hay un bazar en tal escuela...”<sup>132</sup>, esos eran los anuncios que predominaban, cuenta Armando Nieto Navia, sin dejar atrás la música que normalmente era cumbia colombiana y géneros musicales autóctonos.

---

<sup>131</sup> Entrevista grupal a: Armando Nieto, Presidente Fundación Centro Cultural Universitas; Martha Lucia Marmolejo, Directora Ejecutiva y Adriana Atehortua, Directora Administrativa, Universitas Estéreo. Febrero 26 de 2014.

<sup>132</sup> *Ibíd.*,

## 7.2. LA SEMILLA ESTABA GERMINANDO

Pasado los años, el ingeniero electrónico y miembro de la Casa de la Cultura, Alfredo Nieto, tuvo la idea de crear algo que ellos mismo llamaron: Guadua Estéreo. Su nombre lo dice todo. Cuenta Armando Nieto, hermano de Alfredo, y hoy presidente de la Fundación Centro Cultural Universitas, que: “Era una guadua en la casa de él con un pequeño transmisor y en una caña menuda, más que una guadua, era una caña menuda, una antena y ahí sacábamos música...”<sup>133</sup>.

El programa que hacían en ese entonces, era desde una de las ventanas de la sede de la casa de la cultura. Se llamaba Universitas al aire y en una especie de radio revista hablaban de temas que llamaban la atención por esos días. Vuelve y juega el futbol, por aquellos días el tema era el mundial del 94. Pero el espacio también se aprovechaba para promocionar la cultura. La Hora de inicio del programa estaba clara: Cinco de la tarde. El saludo también: ..“Buenas tardes saludamos a todo el público cerriteño, bienvenidos a esta audición esperamos que participen...”. Así duraron más o menos un año.

## 7.3. DE LOS PARLANTES EN EL PARQUE A UNA RADIO COMUNITARIA

**Figura 3. Consola de Audio para emisora**



---

<sup>133</sup> Ibíd.,

Entre 1994 y 1995 el gobierno nacional legaliza las emisoras comunitarias y emprende el primer proceso para la adjudicación de licencias de funcionamiento, hecho que llamó la atención de los directivos de la Fundación Centro Cultural Universitas, quienes hasta el momento habían tenido dos experiencias producto de su interés por difundir música, información y un mensaje cultural.

Al darse cuenta de la convocatoria para la adjudicación de emisoras comunitarias, su decisión fue clara, participar en la licitación para obtener la licencia de funcionamiento. El requisito más importante era ser una comunidad organizada, algo que cumplían, pues eran una fundación que tenía una trayectoria de más de 30 años en el municipio y contaban con el reconocimiento del Instituto Colombiano de Cultura, entre otras instituciones.

Esta fundación, que había nacido en el municipio en el año 1966, tiene como visión: “Recuperar, conservar y divulgar el patrimonio arqueológico e histórico y demás bienes culturales tangibles e intangibles que conforman la identidad de nuestro municipio, a través del fomento, apoyo y desarrollo de procesos culturales en las diferentes manifestaciones del arte, la cultura, la ciencia y la tecnología, respetando para ello la diversidad étnica y cultural de cada región”<sup>134</sup>.

Esa era una gran ventaja para ellos, pero no eran los únicos que querían crear una emisora comunitaria en el municipio. Cuentan que había otras personas que a través de juntas de acción comunal querían arrancar con un medio de comunicación comunitario. Su trayectoria y reconocimiento por el trabajo social que ejecutaban en el municipio, fueron aspectos determinantes para que les fuera asignada la licencia de funcionamiento por 10 años.

Fue el 21 de Junio del año 1997, el día en que la emisora Universitas Estéreo 89.0 Fm, inicio operaciones oficialmente. Los equipos con que empezaron fueron alquilados por el señor Cesar Machado y 8 (ocho) años después la emisora adquirió equipos propios.

---

<sup>134</sup> Visión Fundación Centro Cultural Universitas [en línea]. Op. cit., Disponible en: <http://www.fundauniversitas.com/p/mision-y-vision.html>

#### **7.4. LOS PRIMEROS SONIDOS DE UNIVERSITAS ESTÉREO.**

Ya no era solo el parque y tres cuadras a la redonda, ahora los sonidos se escuchaban muchos más lejos, había nacido: Universitas Estéreo 89.0 Fm. El primer programa que se emitió en la emisora fue Universitas al Aire, heredado de las experiencias previas a la constitución de la emisora. Este programa aún se conserva.

Posteriormente surgió el programa Fantasías Infantiles que se emitía todos los días a la 1 de la tarde. En este espacio se invitaba a los niños para que leyeran cuentos infantiles y participaran de su realización. En el mes de noviembre, de ese mismo año, llegaron programas como Buenos Días Navidad, el cual era de villancicos. De esos programas con que inició la emisora se conservan aún: Universitas al Aire y Buenos días Navidad.

Recuerda Armando Nieto, Presidente de la Fundación Centro Cultural Universitas, que le anunciaron a la comunidad que ya el municipio contaba con una emisora a través de perifoneo; y por supuesto, mediante el parlante que desde mucho antes de que se cristalizara el sueño de tener una emisora, estaba ubicado en una de las ventanas de la fundación con dirección al parque.

Los primeros patrocinadores o anunciantes de la emisora fueron el almacén Ideal y la Prendería Guacarí, dos locales comerciales de mucha tradición en el municipio.

Así empezó el sueño de una radio comunitaria.

#### **7.5. DIFICULTADES**

Es común escuchar que el mayor reto que deben enfrentar las emisoras comunitarias en el país, es el del sostenimiento económico y Universitas Estéreo no ha sido la excepción. De acuerdo con Martha Lucia Marmolejo, Directora General de la Fundación Centro Cultural Universitas, este ha sido uno de los aspectos que han tenido que sortear en los 17 años de funcionamiento de la

emisora e indica que: “ese ha sido un dolor de cabeza”<sup>135</sup>, pero ni siquiera eso los ha llevado a pensar en cerrar la emisora o ceder la concesión.

Al factor económico se suma el tema de la cobertura, por disposición del ministerio de comunicaciones la emisora tuvo sus equipos de transmisión en un corregimiento del municipio llamado el Pomo, lo que le garantizaba una cobertura para toda la localidad y algunos municipios aledaños. Pasado un tiempo, esta misma entidad les notificó que debían tener sus equipos dentro del perímetro urbano, lo que obligo a bajar los transmisores a la sede, afectando de esta manera su cobertura. “Quedamos radio parque, escasamente llegábamos al perímetro urbano. Ahí fue donde la emisora se cayó”<sup>136</sup>, Asegura Nieto.

## 7.6. PINTANDO EL FUTURO

Pese a las dificultades la emisora no ha parado de sonar, ni mucho menos de crecer y asumir el reto de las nuevas tecnologías de la información. Desde el mes de diciembre la emisora emite las 24 horas del día a través de internet. Lo que para ellos significa la posibilidad de estar en todo el mundo y llevarle el sonido de su pueblo a los cerriteños que están en diferentes partes del mundo.

### Oyentes por el mundo.

*“Desde Oceanside California, escuchando la música alegre del Centro Cultural Univérsitas. Muchas gracias”*<sup>137</sup>: Julio Varón

### Frases de los fundadores<sup>138</sup>

. “... no tengo necesidad de pedirle permiso a la gente para decirle un mensaje cultural”<sup>139</sup>: **Armando Nieto, Presidente de la Fundación Centro Cultural Universitas**

---

<sup>135</sup> MARMOLEJO, Op. cit.

<sup>136</sup> Ibid., NIETO, Armando.

<sup>137</sup> Tomado de chat Universitas Estéreo. Disponible en:

<http://www.fundauniversitas.com/p/universitas-stereo-890.html>

<sup>138</sup> Las frases son tomadas de la entrevista grupal a directivos de la emisora Universitas Estéreo (citado en forma completa en la referencia 131)

*“la emisora ha sido un gran soporte en la vida institucional, en la vida comunitaria”<sup>140</sup>:*

**Martha Lucia Marmolejo, Directora de la Fundación Centro Cultural Universitas**

*“Para nosotros como comunidad organizada la emisora ha sido una herramienta fundamental en la vida de la Fundación...”<sup>141</sup>*

**Martha Lucia Marmolejo, Directora de la Fundación Centro Cultural Universitas**

*“Ya no estamos aquí, estamos en todo el mundo”<sup>142</sup>*

**Armando Nieto, Presidente de la Fundación Centro Cultural Universitas**

---

<sup>139</sup> Ibid.

<sup>140</sup> Ibid.

<sup>141</sup> Ibid.

<sup>142</sup> Ibid.

## **8. ESTRUCTURA DE LA EMISORA COMUNITARIA UNIVERSITAS ESTÉREO**

### **8.1 DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS**

En este capítulo se presentan los datos obtenidos tras la aplicación de los instrumentos elegidos para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos propuestos. Para tal fin se procedió a organizar los datos recolectados por categorías y teniendo en cuenta los objetivos específicos de la investigación.

Los instrumentos utilizados fueron: la encuesta y la entrevista. En total se hicieron 9 entrevistas y fueron elegidas según su relación con cada uno de los temas de interés para el ejercicio investigativo. Para abordar lo relacionado con los contenidos y audiencia se habló con la Directora Administrativa (Adriana Atehortúa); sobre la parte administrativa y el rol de los integrantes de la emisora se abordó a la Directora Ejecutiva (Martha Lucía Marmolejo). También se entrevistó a 4 integrantes de la emisora: el operador de audio y locutor de planta (Javier Gómez), dos conductores de programa (Raúl Tenorio y Bernardo Palacios) y un miembro de la junta de programación de la emisora (Ubeimar Lozano).

La encuesta se aplicó a 70 personas del municipio de manera personal, en esta se incluyeron los siguientes temas: hábitos de consumo del medio radiofónico, participación, conocimiento acerca de la emisora, la importancia del medio para el municipio y en general la percepción que tienen los habitantes sobre la emisora. También se acudió a algunas instituciones representativas del municipio, como la Iglesia Católica y el Cuerpo de Bomberos Voluntarios, para indagar sobre lo que piensan acerca de Universitas Estéreo.

### **8.2. CONTENIDOS**

Los programas con que cuenta Universitas Estéreo en la actualidad, en gran parte, han surgido por iniciativa de personas interesadas en tener un espacio en la emisora. “Los programas que se han abierto en la emisora han sido por propuesta de los mismos oyentes, en el caso de don Rubiel, que tiene un programa de contenido familiar, él lo propuso a la emisora y vimos que había la necesidad, entonces se le dio la oportunidad...”<sup>143</sup>. Cabe señalar que La Junta de Programación participa también en la definición de los contenidos y programas,

---

<sup>143</sup> Entrevista a Adriana Patricia Atehortúa, Directora Administrativa de Universitas Estéreo. Mayo 2014.

establece las pautas para la realización de los espacios, propone y evalúa la parrilla de programación de Universitas Estéreo.

Cuando se realizan programas relacionados con temáticas sobre educación o de familia se busca que los presentadores, realizadores o responsables de estos tengan conocimiento en la materia, con el propósito de orientar de manera adecuada a las personas. Para la creación de nuevos espacios se mira de manera empírica las características de los oyentes a los que se pretende llegar, pues la emisora no cuenta con una metodología que le permita estudiar su audiencia. El operador de audio y locutor de la emisora, Javier Gómez:

Nosotros buscamos (...) a quien le vamos a llegar. Por ejemplo, si es en la mañana quién está en sintonía a esa hora, por lo regular están personas adultas que se están levantando para ir a trabajar, los jóvenes que van a estudiar; entonces uno toma como ese tipo de horario, especificando que quiere escuchar la gente a esa hora. Aparte de música, quieren escuchar, por ejemplo, la hora, quieren estar informados, que ha pasado en el municipio, a nivel departamental, nacional o internacional, entonces en base a eso buscamos cómo llegarle a la gente en ese tipo de horario para satisfacer las necesidades del oyente<sup>144</sup>.

La emisora dentro de su programación habitual cuenta con una mayor oferta de contenido musical, en donde se abre espacio a los distintos géneros con miras a complacer el gusto de niños jóvenes y adultos. “En cuanto a contenido musical tenemos toda clase de música. No hay un género musical en especial, manejamos todos los géneros: desde música colombiana, baladas, salsa, reggaetón...”<sup>145</sup>.

Aunque la emisora ha manejado temas como salud, cultura o agronomía en distintos momentos, Martha Lucia Marmolejo sostiene que la Universitas Estéreo tiene dentro de sus contenidos un mayor énfasis en la parte musical, por las implicaciones de orden económico que debe asumir la emisora al pensar en otro tipo de contenidos o programas “para darle más oportunidad a los magazines necesariamente se tiene que asumir unos costos de locutores, de personas que estén allí en la información y realmente la fundación para eso no tiene recursos. Por eso tiene más franja musical que, digamos, informativa o de magazines”<sup>146</sup>. De otro lado, al interior de la emisora se expresa que para realizar programas

---

<sup>144</sup> Entrevista a Javier Gómez, Locutor y Operador de Audio, Universitas Estéreo. Abril 2014

<sup>145</sup> ATEHORTUA, Adriana. Op. cit.,

<sup>146</sup> Entrevistas a Martha Lucia Marmolejo, Directora Ejecutiva, Universitas Estéreo y Fundación Centro Cultural Universitas. Junio 2014.



informativos como noticieros que aborden temáticas locales, se debe contar con un permiso que otorga el ministerio de comunicaciones.

La política y la religión, son temas que no son abordados frecuentemente en Universitas Estéreo, por considerar que, en el caso de la política, es mejor guardar distancia frente a grupos políticos para evitar escollos o roces al interior de la comunidad.

Tratamos de que no haya la parte política, ósea politiquería. No la política porque pues eso hace parte del acontecer. (...) De pronto se crean debates pero que sean dirigidos, como foros. Pero que (...) se le de prelación a tal candidato para que venga y haga un proyecto o un programa, no; eso no (...) porque tratamos de evitarnos situaciones como encontrones o roces. Cuando hay candidatos a la alcaldía, entonces de pronto se hace un debate en alianza con instituciones educativas y la emisora apoya y participa, pero que la emisora como tal traiga a algún candidato, no nos gusta<sup>147</sup>

Sobre la religión, Adriana Atehortua, Directora Administrativa, sostiene que se han curado en ese tema "...Cuando tratamos esos temas lo hacemos de manera muy general y es debido a que en la emisora hemos tenido personas que quieren venir a hacer programas por las diferentes iglesias; pero si le damos la oportunidad a cierta iglesia, tendría que haber equidad, ósea que todos deben de tener la misma oportunidad"<sup>148</sup>.

La programación de la emisora tiene escasa participación de jóvenes, pues aunque se maneja géneros musicales del interés de este grupo de personas, no hay espacios que sean elaborados por ellos mismos. Los directivos manifiestan su interés por mejorar la oferta de contenidos para los jóvenes e involúcralos en la vida de la emisora.

La mayoría de los programas que se hacen en la emisora son de personas adultas. Tenemos un programa de tropivallenatos, tenemos un programa de convivencia que lo hace el director de alcohólicos anónimos. En semana santa trabajamos un programa, según el lema del papa, de manera muy general. Lo que nos gustaría entonces es que los jóvenes se acercaran a la emisora e hicieran programas de jóvenes y también nos gustaría un programa informativo o noticiero, a eso queremos llegar<sup>149</sup>.

---

<sup>147</sup> MARMOLEJO, Martha. Op. cit.

<sup>148</sup> Ibíd., ATEHORTUA, Adriana Patricia.

<sup>149</sup> ATEHORTUA, Adriana. Op. cit.

De acuerdo a la encuesta realizada a los habitantes del municipio, el 91% de estos ha escuchado la emisora. De ese porcentaje, un 81% manifestó, al indagarle sobre el tipo de temáticas que había oído en este medio, haber escuchado programas musicales. En lo referente al tipo de contenidos que le gustaría oír en Universitas Estéreo, expresaron su interés por temas como medio ambiente, tecnología, cultura y asuntos de índole local.

Y es que el 33% de los habitantes dejan ver interés por escuchar dentro de la programación espacios sobre problemáticas locales, un 15% educación sexual, otro 15% cultura, el 12% musicales y finalmente el 10% asuntos relacionados con el medio ambiente.

Para el 94% de las personas de El Cerrito, Universitas Estéreo es un medio de radiodifusión comunitaria que en sus programas promueve las manifestaciones artísticas y culturales del municipio.

### **8.3. ROL DE LOS INTEGRANTES**

En la actualidad doce personas conforman el equipo de Universitas Estéreo, de las cuales solo dos son de planta: un operador de audio que hace las veces de locutor y la directora administrativa. Las demás personas no tienen un vínculo formal, son “Colaboradores. De pronto llega algún muchacho estudiante que quiera hacer su pasantía pues le damos la oportunidad de hacerlo, pero realmente con aporte económico no porque la fundación no tiene recursos para subsidiar eso...”<sup>150</sup>.

No existe la exigencia de ser profesional en áreas de la comunicación para hacer parte de la emisora o tener un espacio dentro de esta; sin embargo, se evita que quienes realicen algún programa o muestren interés por hacerlo tengan alto impacto e influencia política o religiosa. También se trabaja bajo la premisa de que los encargados de los diferentes contenidos tengan conocimiento sobre lo que expresan a través de los micrófonos.

... tenemos un joven que es aficionado o melómano y le dimos espacio para que hiciera un programa de música balada y él no tenía ningún perfil, simplemente le gustaba y solicitó y se le dio la oportunidad (...).

---

<sup>150</sup> MARMOLEJO, Martha. Op. cit.

Hay un muchacho que es psicólogo, inclusive discapacitado, con él tenemos un programa especial los sábados de apoyo a la comunidad en la parte de conflictos (...). Ha sido un muchacho que inclusive ha tenido trabajo y procesos con reinsertados, y a él se le da todo ese espacio para que se dirija a ellos desde la emisora, pero no tiene digamos que un perfil de locutor o de publicista, para nada<sup>151</sup>.

Cabe destacar que la legislación existente sobre la radiodifusión comunitaria en Colombia, no hace referencia a la exigencia sobre un título profesional o algún perfil que deban tener en cuenta estos medios para integrar personas a la emisora. No obstante, Universitas Estéreo dentro de sus principios consignados en su manual de estilo, el cual incluye las políticas, principios y criterios bajo los cuales el medio orienta su quehacer en materia de contenidos, en el Capítulo II, artículo 2, inciso 2, dice “exceptuar el proselitismo político, religioso y la promoción de productos ilegales”<sup>152</sup>.

La emisora no cuenta con espacios formales, como reuniones, donde se expresen las inquietudes que tengan los integrantes de la emisora, normalmente cuando alguno de los locutores tienen una pregunta o sugerencia se dirige a las oficinas de la fundación donde se encuentra la directora.

De acuerdo con la Directora Ejecutiva, Martha Lucia Marmolejo, los directivos de la emisora a pesar de estar pendientes de la calidad de los programas y lo que se dice en ellos, no interceden en las decisiones que tomen los conductores de los diversos programas.

#### **8.4. AUDIENCIA**

En esta categoría se decidió integrar los datos relacionados con la audiencia; es decir, la manera en que se concibe desde Universitas Estéreo a la audiencia, la percepción que tienen los habitantes sobre la emisora y forma en que algunos sectores representativos del municipio ven este medio. En ese orden, se presentan los datos obtenidos mediante la entrevista y la encuesta, esta última fue aplicada a los habitantes de El Cerrito; el otro instrumento, la entrevista, a directivos de la emisora e instituciones del municipio.

---

<sup>151</sup> Ibid., MARMOLEJO, Martha Lucia.

<sup>152</sup> Tomado del Manual de Estilo de Universitas Estéreo.

Universitas Estéreo es una emisora que está dirigida a toda la comunidad del municipio de El Cerrito. Al dialogar con los integrantes de la emisora y sus directivos siempre se manifiesta la idea de brindar programas para niños, jóvenes y adultos. Lo que explica que la emisora no está enfocada en un solo segmento de la población, ni ha orientado su programación hacia una temática en particular. Conciben a todos los habitantes del municipio como su audiencia potencial.

Tenemos una parrilla de programación donde hay espacios digamos que para cada uno de los géneros...por ejemplo para discapacitados, pues hay un programa especial; para jóvenes, música que es lo que más les gusta (...). Para los niños, el programa Fantasías Infantiles... y música colombiana que es lo que más nos gusta. No tenemos informativos porque decidimos dejarlo más bien como magazines para evitar encontrones con la misma comunidad, pues hay gente que no les gusta que de pronto los toquen (...), entonces evitamos informativos pero sí tenemos magazines<sup>153</sup>.

La interacción que la emisora establece con su audiencia ha variado, ha habido épocas en que esta ha disminuido por la ausencia de personal permanente en la emisora que atienda las inquietudes de la audiencia o porque ha habido problemas de carácter técnico y económico.

Te voy a hablar más que todo de este año porque hace más o menos dos años la emisora no tuvo de pronto esa interacción que hubiésemos querido, ni fue igual a años anteriores, debido a que no había una persona permanentemente en la emisora que pudiera contestar el teléfono o que manejará las redes sociales. Este año ha sido eso gratificante y gracias a Dios hemos adquirido un aparato que permite que la gente llame, salga al aire y mande sus saludos. (...) La interacción ha sido buena a través de las redes sociales y la página de la fundación<sup>154</sup>.

Como se puede ver la interacción entre la emisora y su audiencia se da en mayor proporción a través de las redes sociales y llamadas telefónicas. Cabe anotar que en fechas específicas del año se abren otros espacios o medios para que las personas interactúen con la emisora. Es el caso del programa Buenos Días Navidad, el cual permite que los niños envíen cartas al niño Dios y de esta manera participan por obsequios que brinda la emisora.

---

<sup>153</sup> Ibíd., MARMOLEJO, Martha Lucia.

<sup>154</sup> ATEHORTUA, Op. cit.

Algunos programas se han mantenido en la emisora por petición de los oyentes, quienes se dirigen a los directivos de la emisora con el fin de que estos se conserven dentro de la parrilla de programación o para sugerir otros espacios (programas).

... El programa de baladas, me acuerdo que una vez se quitó, se cambió por música colombiana y la gente acudió (...) para que volviera otra vez el programa de baladas. El programa cultural una vez se cambió de horario y la gente pidió que se regresara al horario en que estaba. El programa de Uriel que es a nivel formativo, de convivencia y para la familia, fue una inquietud de varias personas del municipio que le pidieron a él que hiciera ese programa.

La emisora mide el impacto que están teniendo los programas y su receptividad al interior del municipio a través de estos mismos medios. Actualmente no se cuenta con un método que les permita conocer su audiencia de manera integral. "... no sabemos qué tantas personas nos escuchan en su radio, en su casa. Nosotros lo miramos más que todo por las llamadas telefónicas y por las personas que se conectan a través de la página de internet"<sup>155</sup>.

Los habitantes de El Cerrito recurren a la emisora habitualmente a colocar clasificados o para felicitar por motivo de un cumpleaños a algún familiar, servicio que Universitas Estéreo presta sin ningún costo a los ciudadanos. "...la mayoría de personas acude a la emisora para servicios sociales"<sup>156</sup>.

La percepción que tienen los directivos de Universitas Estéreo, acerca de la audiencia, es que los oyentes reconocen la emisora y se sienten orgullosos de contar con un medio dentro del municipio, pero también ven la necesidad de recobrar los niveles de audiencia con que contaron en épocas anteriores y que disminuyeron en el último tiempo, según ellos, por situaciones relacionadas con aspectos técnicos y de origen económico. Y es que para Adriana Atehortúa "la gente sabe que hay emisora en El Cerrito, pero casi no la escuchan"<sup>157</sup>.

La emisora no realiza estrategias de manera permanente para su promoción al interior de municipio, ni tampoco elabora otro tipo de productos, como flayers, que inviten a la comunidad a ser partícipe de Universitas Estéreo.

---

<sup>155</sup> Ibid.

<sup>156</sup> Ibid.

<sup>157</sup> Ibid.

Por su parte, la encuesta aplicada a los habitantes de El Cerrito arroja que el 93% de las personas escucha radio a través del método tradicional: los transistores. Frente a un 3% que lo hace mediante la internet. La mayoría de ciudadanos, (44%), oye radio todos los días más de una hora, mientras que un 15% todos los días menos de una hora; entretanto, otro 15% lo hace tres veces por semana. Al tiempo que un 20% señaló la opción Otra.

Los habitantes de El Cerrito tiene conocimiento sobre que es una emisora comunitaria, pues el 73% de las personas dice tener claro dicho concepto; por su parte, un 81% de los ciudadanos aseguró saber que en el municipio existe una radio comunitaria.

En cuanto a la percepción que la audiencia tiene sobre Universitas Estéreo, hay que decir que al 78% de las personas encuestadas le gusta la emisora, en relación a un 22% que dijo no gustarle. También, se considera que la emisora es un medio que contribuye al fortalecimiento de los valores y costumbres del municipio (90%).

Para el 77% de los ciudadanos contar con una emisora dentro del municipio es algo importante, mientras que para el 17% se constituye en algo normal, a un 3% le parece algo irrelevante y el otro 3% restante N/R.

Por otro lado, instituciones de alto reconocimiento en el municipio como la Iglesia Católica y El Cuerpo de Bomberos Voluntarios, ven en la emisora un espacio desde el cual se proyecta lo local y se contribuye al desarrollo del municipio. Coinciden en que Universitas Estéreo, concretamente los directivos, deben generar estrategias que permitan dar a conocer más el medio entre sus habitantes.

Según el Comandante de Bomberos de El Cerrito, Guillermo Obando, es necesario realizar “publicidad, suena como irónico, pues es una emisora, pero hay mucha gente que no la conoce. Hay muchos que no la escuchamos por tiempo, porque tenemos otros intereses, pero hay personas a las que les mencionas la emisora y ni siquiera saben dónde buscarla. Les falta publicidad, les falta que generen algún tipo de estrategia para que la gente conozca su contenido y puedan participar de ellos también”<sup>158</sup>.

---

<sup>158</sup> Entrevista a Guillermo Obando, Comandante del Cuerpo de Bomberos Voluntarios, El Cerrito (v). Julio 2014.

Y agrega, que la emisora anteriormente emitía una programación más variada y establecía mayor interacción con la audiencia. “La he escuchado, pero en la actualidad no porque los contenidos han variado mucho. Antes, cuando la escuchaba, existían algunos programas... de concursos y cosas que sacaban al aire, eran muy interesantes. De hecho tengo una persona conocida que trabaja allá, Javier Gómez, y me gustaba escucharlos porque eran graciosos, llegaban a la comunidad, tenían empatía, la gente los quería mucho y todavía, pero ese contenido ha bajado un poquito”<sup>159</sup>.

Ninguna de estas instituciones participa activamente de la emisora, en el caso de la iglesia, durante la semana santa se transmiten eventos como el viacrucis, pero durante el resto del año no existe otro tipo de vínculo. Sin embargo, consideran que en el momento en que requieran de alguna colaboración o de un espacio en Universitas Estéreo, se les brindará. También muestran disposición de establecer relaciones o vínculos más cercanos y constantes para contribuir al fortalecimiento de sus actividades.

La emisora es vista como un medio que contribuye al fortalecimiento de las costumbres y al desarrollo del municipio, para el párroco Aníbal Soto contar con un medio de comunicación al interior del municipio es la posibilidad de que la comunidad se conozca y se pueda expresar, “...es un espacio en el cual se presta mucho servicio a la comunidad, en donde nos conocemos, donde se puede conocer la cultura, el modo de pensar, las necesidades y es un medio en el cual la comunidad puede progresar”<sup>160</sup>.

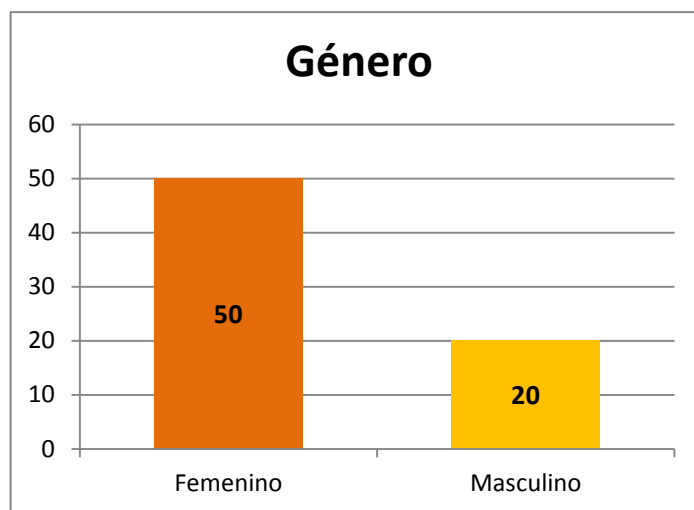
En general estas dos instituciones consideran que a través de la emisora se puede informar a la comunidad sobre lo que acontece en el municipio y le dan un nivel alto de credibilidad a esta para emprender programas de tipo informativo.

---

<sup>159</sup> Ibid., OBANDO, Guillermo.

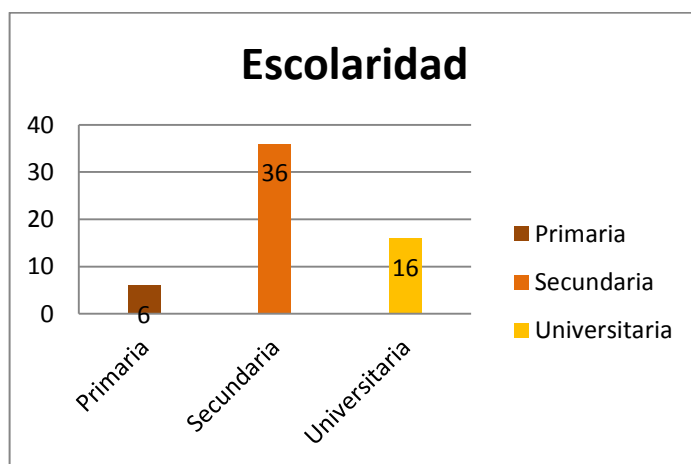
<sup>160</sup> Entrevista a Aníbal Soto, Párroco Iglesia Nuestra Señora del Chiquinquirá, El Cerrito, Valle. Mayo 2014.

**Figura 4. Gráfico. Género encuestados**



50 mujeres respondieron la encuesta, frente a 20 hombres. Lo que indica que la mayoría de personas que respondió la encuesta es de sexo femenino. Para un total de 70 personas encuestadas.

**Figura 5. Gráfico. Escolaridad**

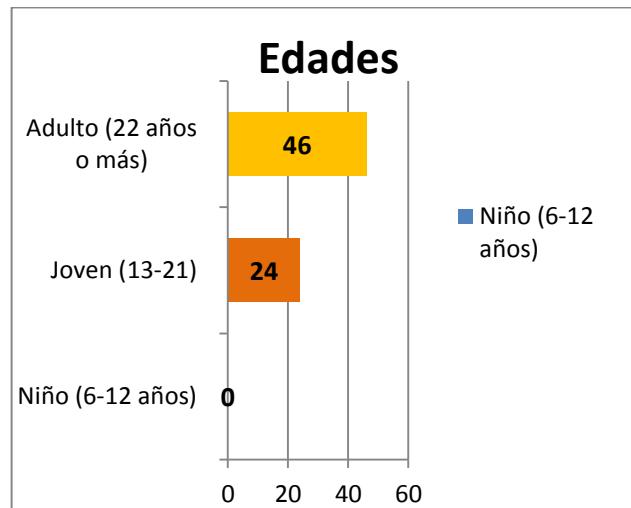


El nivel de educación de las personas a las que se le aplicó la encuesta es el siguiente: con estudios de primaria 6 personas, bachillerato 36 y con estudios



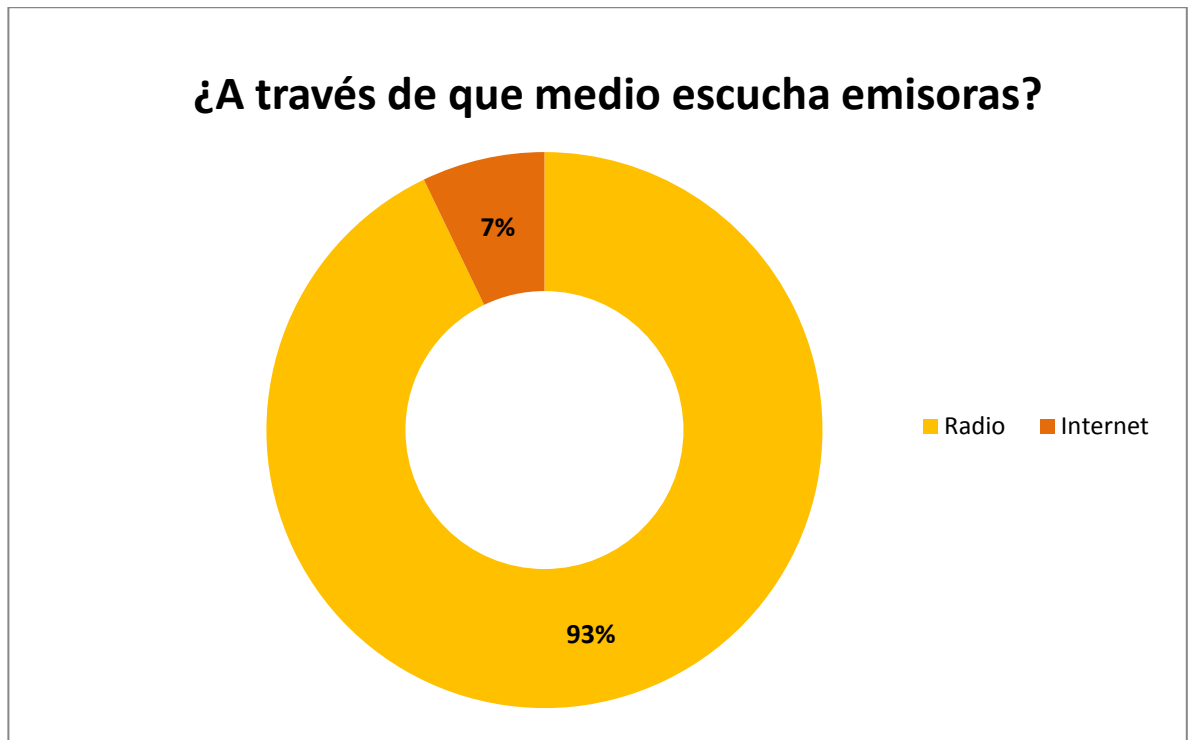
universitarios 16. La mayoría de personas que respondió la encuesta posee educación secundaria.

**Figura 6. Gráfico. Edades**



La edad de los encuestado es la siguiente: adultos (22 años o más), 46 personas. Joven (13-21) 24. Niño (6-12 años) ninguno. Para un total de 70 personas encuestadas.

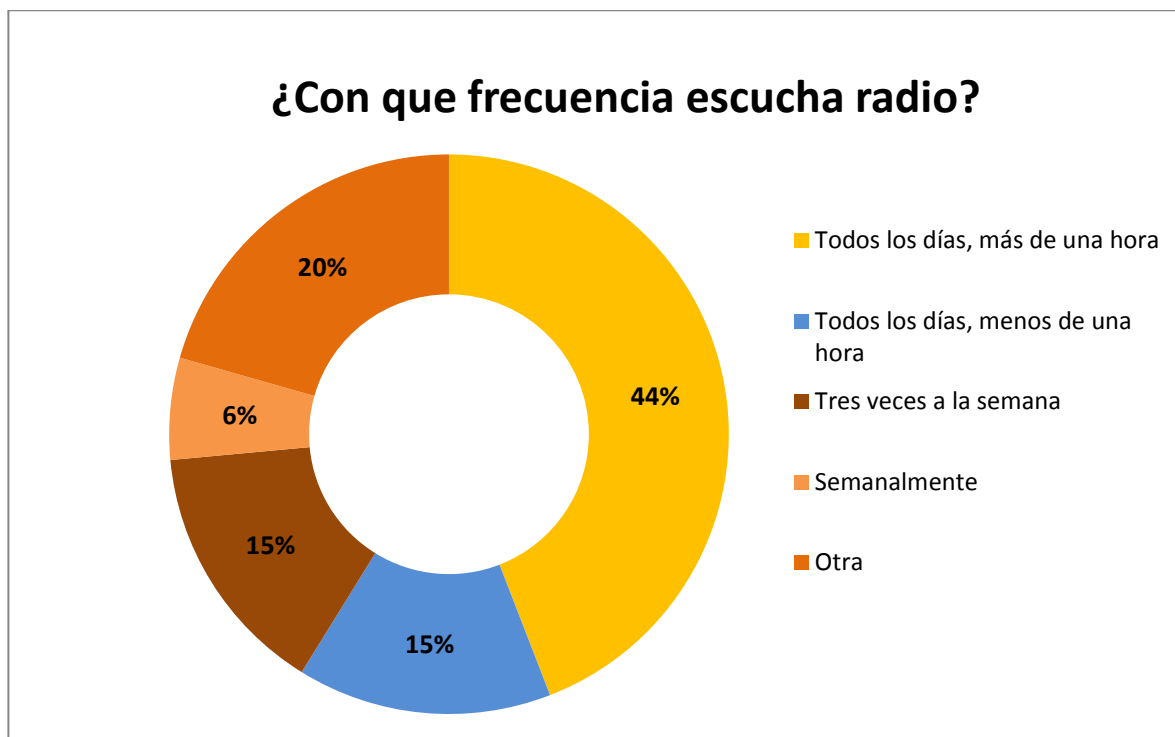
**Figura 7. Gráfico. ¿A través de que medio escucha emisoras?**



Se le preguntó a los encuestados a través de qué medio escucha emisoras, el 93% de ellos respondió que lo hace mediante los radios tradicionales; por su parte, el 7% indicó que a través de la internet.

Lo anterior permite decir que los transistores (radio) siguen siendo el principal medio que eligen las personas para escuchar la radio, a pesar de las nuevas posibilidades que brinda la internet. También demuestra que aunque escuchar radio desde internet es una alternativa que cada vez gana más espacio, aún está lejos de superar el método tradicional, los radios.

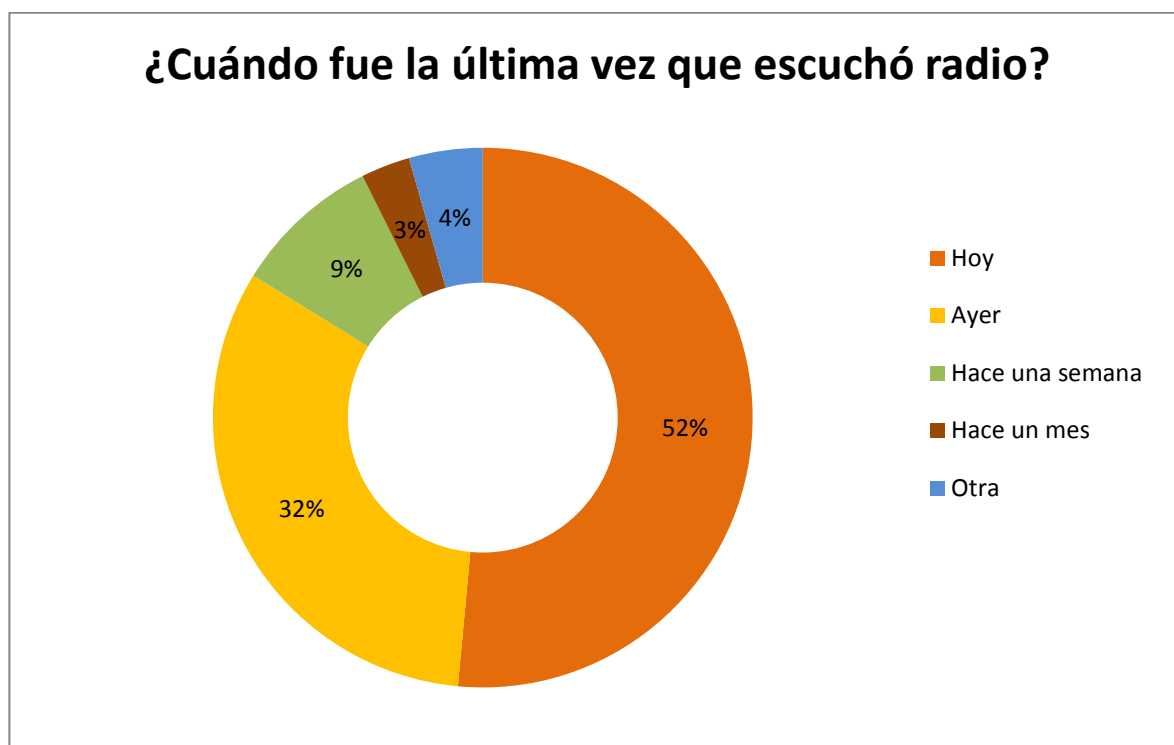
**Figura 8. Gráfico. ¿Con qué frecuencia escucha radio?**



El 44% de los encuestados aseguró escuchar radio todos los días más de una hora y un 15% respondió que todos los días menos de una hora, otro 15% dijo que tres veces a la semana, un 6% semanalmente y el otro 20% eligió la opción OTRA.

Estos resultados demuestran, por un lado, que la radio sigue siendo un medio al que las personas normalmente acuden y, por otro, que tienen el hábito o la tendencia a escuchar radio. Las personas no pasan mucho tiempo sin acudir a este medio de comunicación, las cifras muestran que la mayoría de personas escuchan emisoras al menos una vez por semana. Sin embargo, un 20% de las personas encuestadas respondió la opción OTRA.

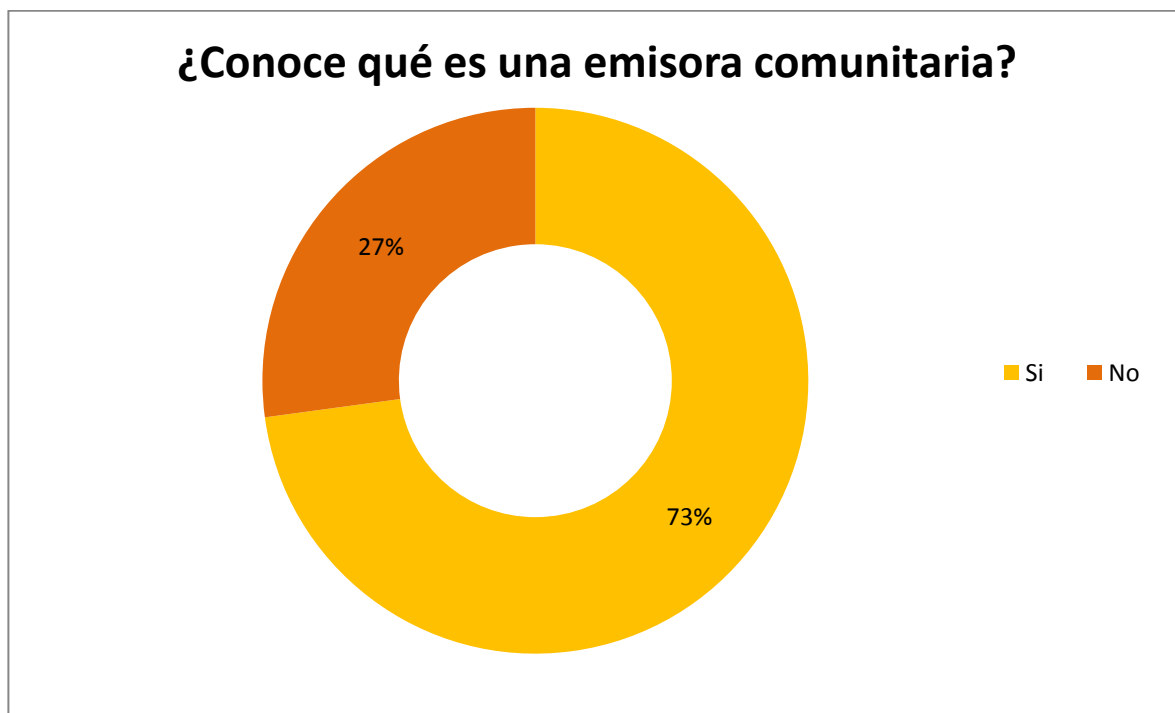
**Figura 9. Gráfico. ¿Cuándo fue la última vez que escuchó radio?**



¿Cuándo fue la última vez que escuchó radio?: el 52% hoy, el 32% ayer, el 9% hace una semana, un 3% hace un mes y el otro 4% eligió Otra opción. La mayoría de las personas encuestadas había escuchado radio entre el día en que le fue aplicada la encuesta y el anterior.

Al sumar los porcentajes de las diferentes respuestas que dieron los encuestados se puede evidenciar que el 84% de estos, había escuchado radio al menos hacia una semana. Lo que ratifica los resultados de la respuesta anterior (Ver cuadro anterior) sobre el hábito que tienen las personas de escuchar la radio, y que es un medio que se oye con frecuencia.

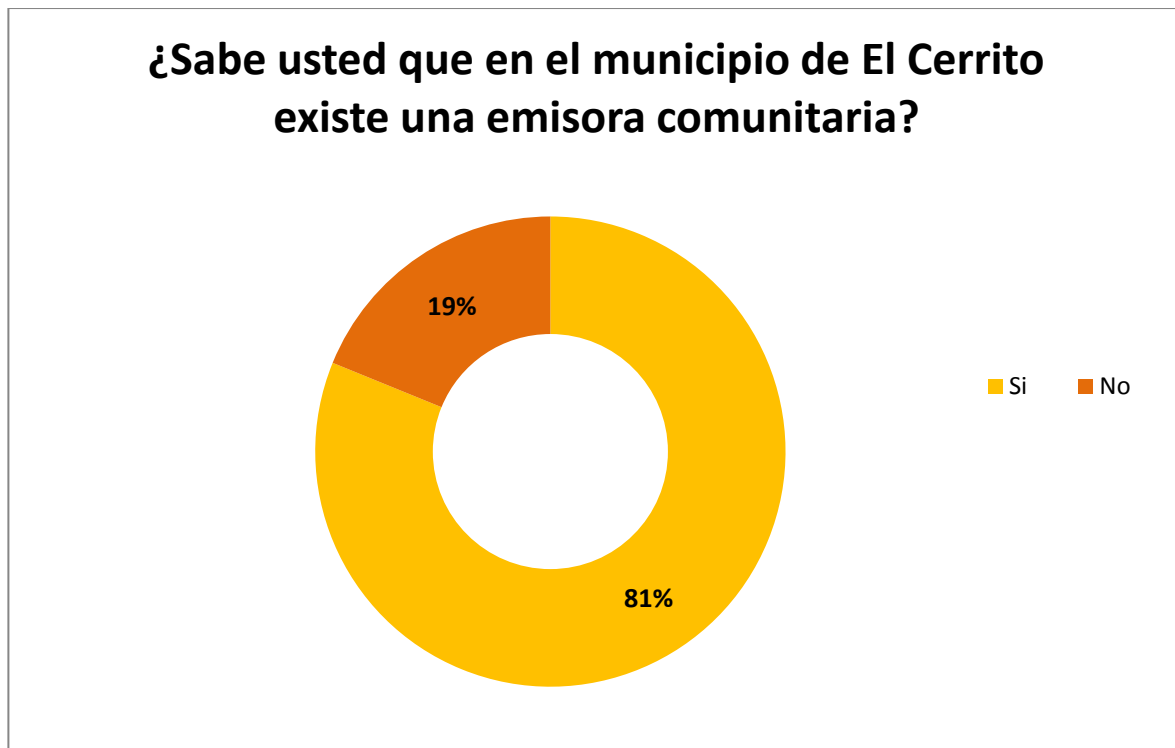
**Figura 10. Gráfico. ¿Conoce qué es una emisora comunitaria?**



A la pregunta: ¿Conoce qué es una emisora comunitaria? el 73% dijo saber que es una emisora comunitaria, mientras que un 27% sostuvo no saberlo. Esto demuestra que la mayoría de personas conoce que es una emisora comunitaria. Cabe resaltar que al momento de responder el interrogante los encuestados asociaron o vincularon la radio comunitaria con lo local, como un medio que se ubica y que tiene como eje de acción el municipio.

Esto podría interpretarse como algo positivo, pues la radio comunitaria desde la legislación colombiana es concebida desde un ámbito local.

**Figura 11. Gráfico. ¿Sabe usted que en el municipio de El Cerrito existe una emisora comunitaria?**



El 81% de las personas respondió que sí sabe que en el municipio existe una emisora, mientras que un 19% aseguró no saberlo. Esto indica que los habitantes de El Cerrito saben que existe una emisora en esta localidad. Al momento de responder esta pregunta los encuestados hicieron referencia a la emisora Universitas Estéreo, lo que se podría interpretar como algo positivo para este medio porque de un lado demuestra que la marca Universitas Estéreo goza de un alto grado de reconocimiento entre los ciudadanos y al mismo tiempo que las personas relacionan la emisora con el concepto de radio comunitaria.

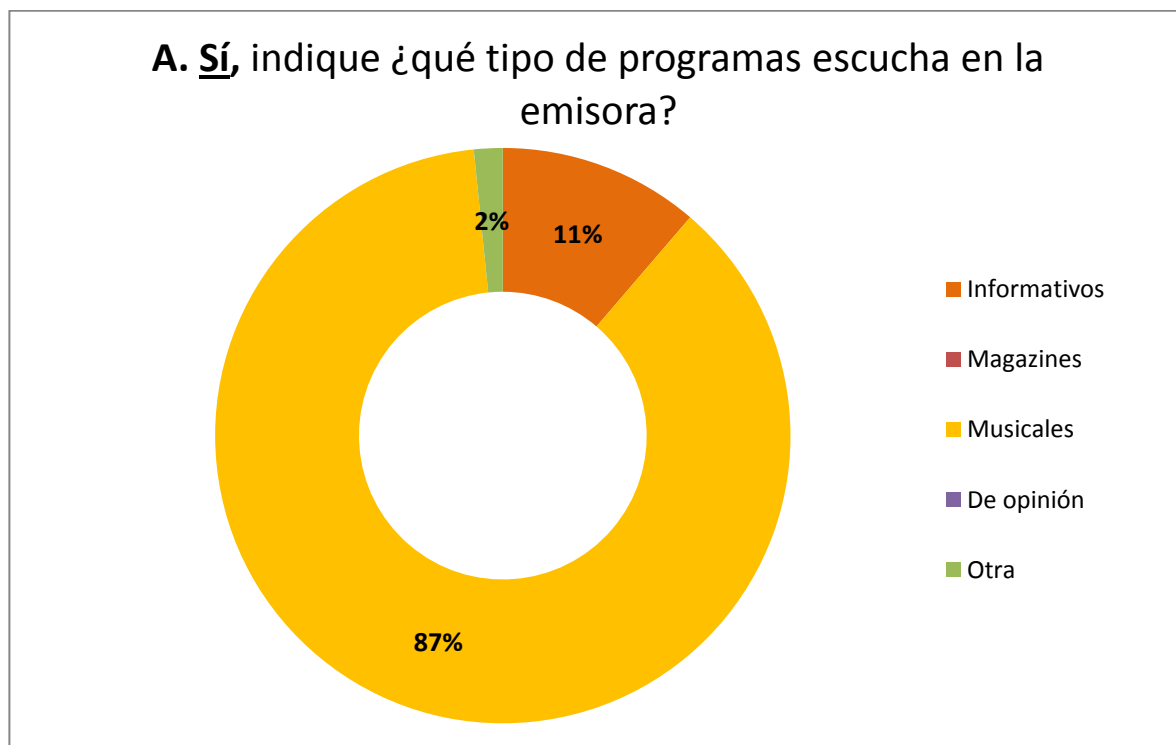
**Figura 12. Gráfico. ¿Ha escuchado alguna vez la emisora Universitas Estéreo?**



Al preguntarle a los encuestados si ha escuchado alguna vez la emisora Universitas Estéreo, un 91% asegura haberlo hecho y el otro 9% manifestó que no.

De acuerdo con estos resultados se puede decir que la mayoría de la personas en algún momento ha sintonizado la emisora Universitas Estéreo, independientemente de la regularidad con que la escuchen. También demuestra que los encuestados conocen de su existencia.

**Figura 13. Gráfico. ¿Qué tipo de programas escucha en la emisora?**



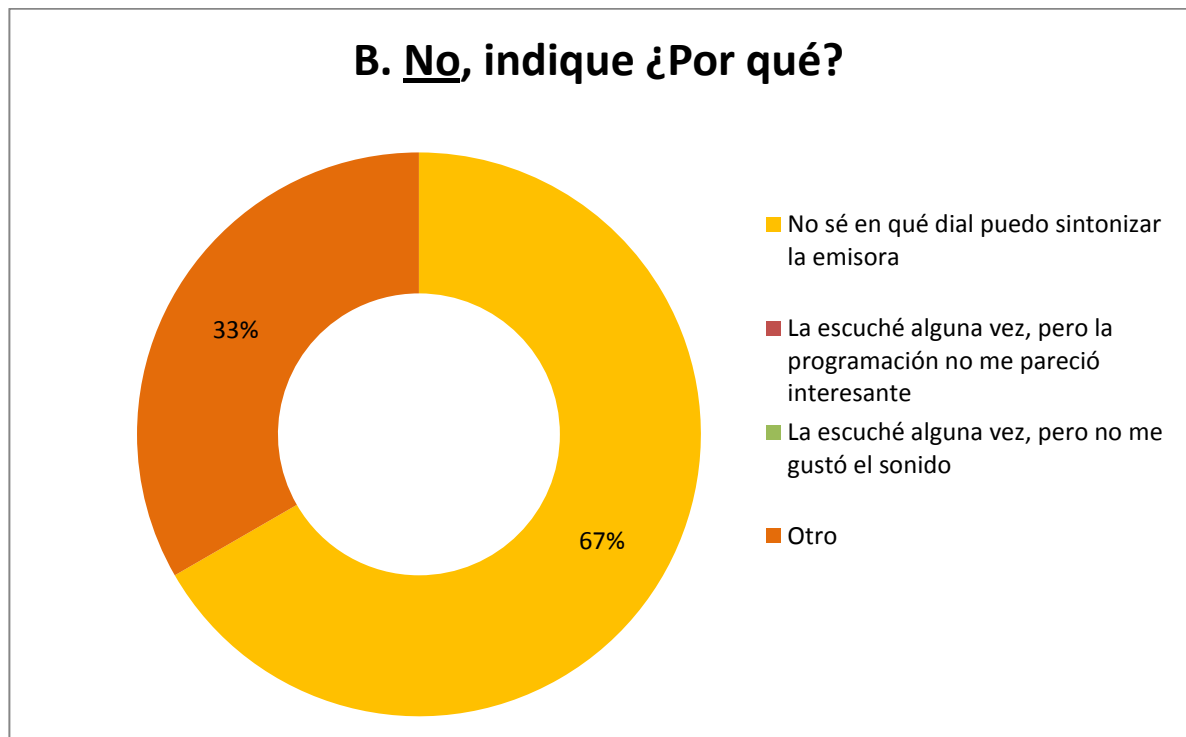
A quienes manifestaron haber escuchado alguna vez Universitas Estéreo, se les indagó sobre qué tipo de programas escucha en la emisora. En ese sentido, un 87% de la personas respondió que escucha programas musicales, mientras que un 11% programas informativos y el otro 2% eligió Otra opción.

Esto permite decir que la mayoría de las personas encuestadas (87%) escucha con mayor intensidad programas musicales, llama la atención que los programas de opinión no tengan una representación significativa entre los espacios que habitualmente los oyentes eligen escuchar. Este último aspecto no se puede afirmar de una manera contundente, pues habría que mirar si la oferta de programas de la emisora incluye este tipo de programas (De opinión).

Queda evidenciado que la comunidad de El cerrito escucha en la Universitas Estéreo contenidos musicales.



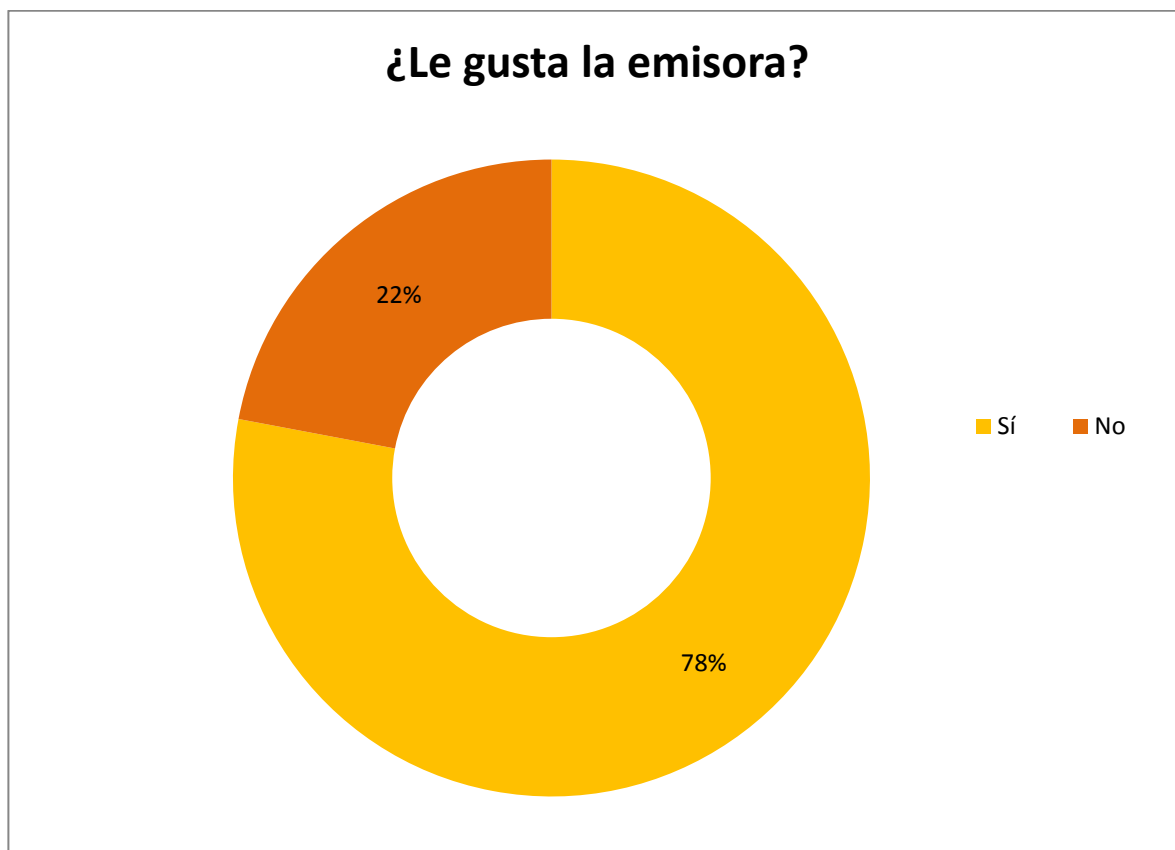
**Figura 14. Gráfico. No, indique ¿por qué?**



A quienes manifestaron no haber escuchado la emisora Universitas Estéreo, se les preguntó el motivo por el cual no la han hecho. El 67% asegura no haberla escuchado porque no sabe en qué dial sintonizarla; entre tanto, un 33% manifestó otra razón (Opción Otra). Cabe resaltar que las opciones: “la escuche alguna vez, pero no me pareció interesante” y “La escuché alguna vez, pero no me gustó el sonido”, no estuvieron dentro de las razones por las cuales las personas no han escuchado la emisora.

Aquí es importante resaltar que la mayoría de las personas que no han escuchado la emisora es porque no saben el número del dial, esto significa que no es por motivos relacionados con la programación o por situaciones que tengan que ver con la reputación de la emisora Universitas Estéreo. Más bien obedece a un tema de desconocimiento frente al dial en que la pueden sintonizar. No obstante el 33% que eligió la opción “OTRA” es significativo y valdría la pena indagar por lo que piensa o argumentan estas personas sobre el hecho de no haber escuchado la emisora.

**Figura 15. Gráfico. ¿Le gusta la emisora?**



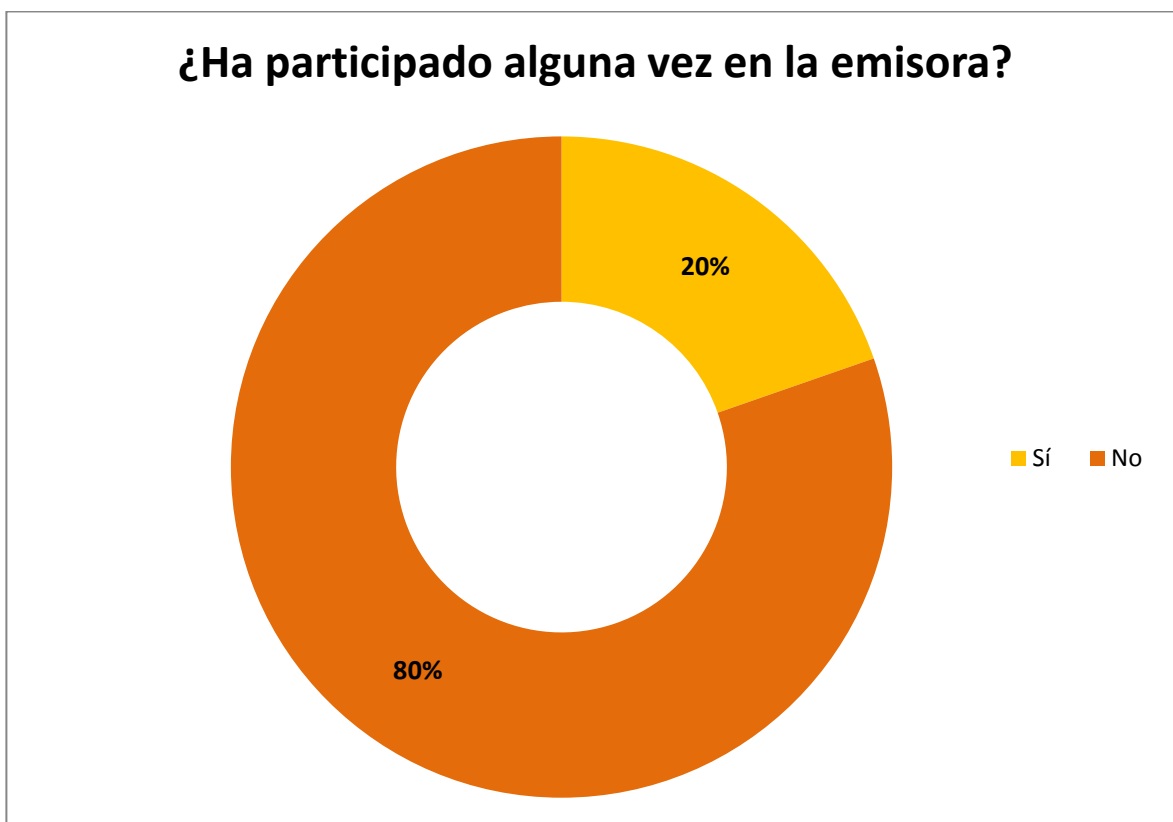
A la pregunta: ¿le gusta la emisora? Un 78% de los ciudadanos encuestados sostiene que sí, mientras que el otro 22% asegura no gustarle la emisora.

El número de personas al que le gusta la emisora es bastante amplio (78%), lo que da a pensar que la emisora cuenta con un respaldo por parte de los habitantes de El Cerrito, con respecto a sus acciones que se ven plasmadas en la programación y los contenidos que presenta a su audiencia. Que un número amplio de personas, el 78%, diga que le gusta la emisora se constituye en una buena señal sobre lo que está haciendo la emisora.

Es importante decir que ese 22% de personas a los que no les gusta la emisora, es un número amplio de habitantes que no podría estar de acuerdo con lo que

escucha y plantea la emisora comunitaria Universitas Estéreo en sus programas, temas o contenidos.

**Figura 16. Gráfico. ¿Ha participado alguna vez en la emisora?**



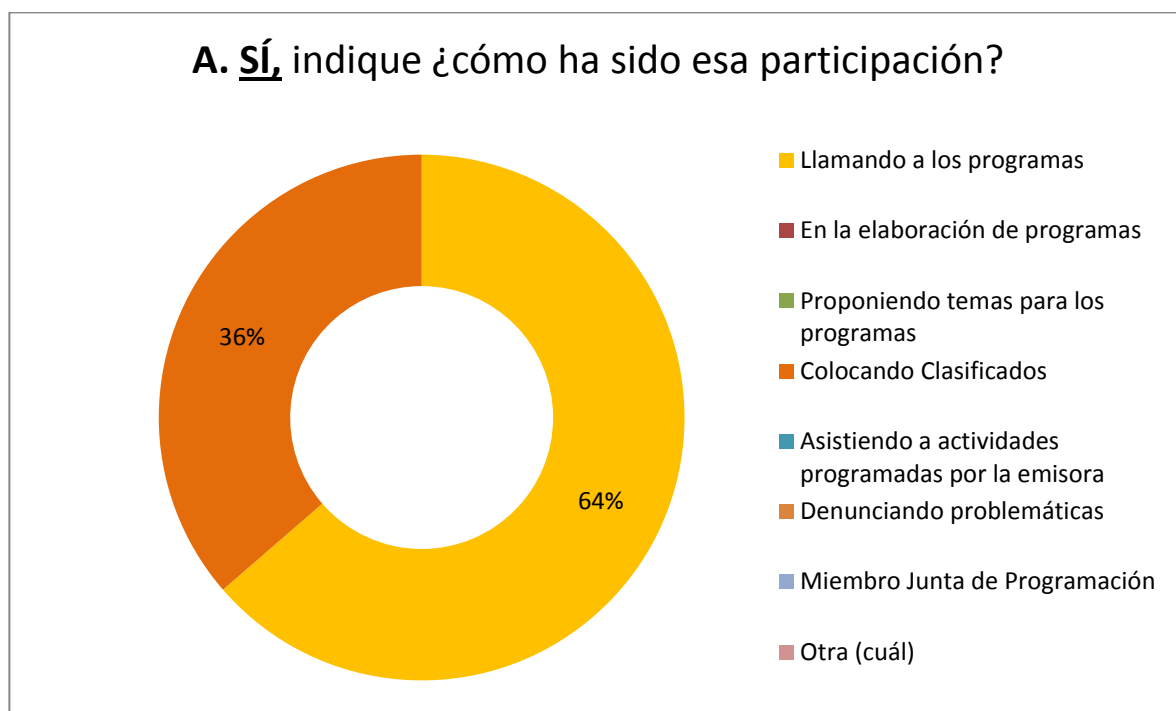
El 80% de las personas encuestadas aseguro que nunca ha participado en la emisora; por su parte, un 20% respondió que sí lo ha hecho. Si se parte de la idea de que la radio comunitaria tiene como elemento fundamental lograr que los oyentes o audiencias participen de la vida de la emisora, la cifra de participación es bastante baja.

Esta cifra, 80%, podría interpretarse como alta y demuestra que aunque al 78% de las personas les gusta la emisora (Ver gráfico anterior) y que el 91% de los habitantes plantee que alguna vez la ha escuchado, Universitas Estéreo no evidencia un involucramiento, ni un papel activo por parte de la comunidad en la

vida de la emisora. Lo que supone la necesidad de fortalecer este aspecto que se constituye en un principio de la radio comunitaria, haciendo uso de diversas estrategias.

No obstante, también es importante hacer el análisis a partir de las características del medio radiofónico como tal, pues se debe tener en cuenta que la radio goza de gran audiencia y se hace difícil lograr que todos sus receptores participen. En este caso, lograr que un 20% lo haga es importante por los aspectos ya mencionados, lo que vale la pena revisar es la forma en que se da.

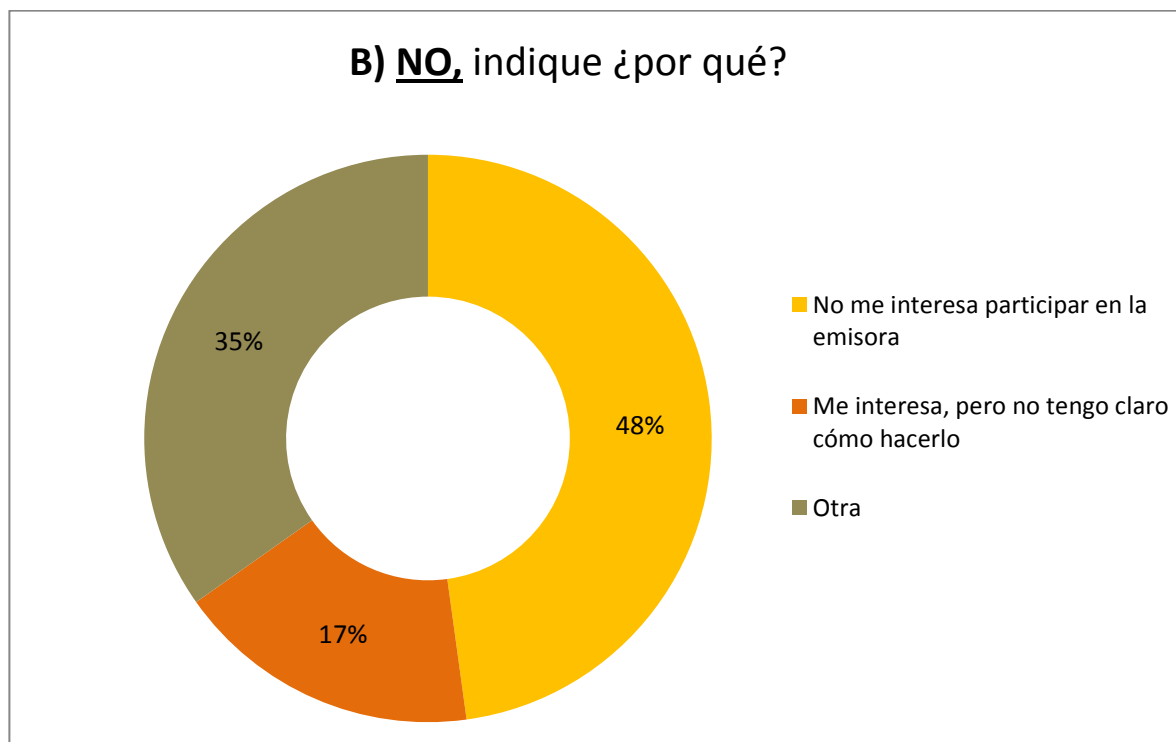
**Figura 17. Gráfico. A. SÍ, indique ¿Cómo ha sido esa participación?**



Al 20% de las personas que dijo sí haber participado en la emisora se le pregunto cómo ha sido esa participación: un 64% manifestó haberlo hecho llamando a los programas y un 36% colocando clasificados. Las opciones: “en la elaboración de programas”, “proponiendo temas para los programas”, “asistiendo a actividades programadas por la emisora”, “denunciando problemáticas”, “miembro Junta de Programación” y la opción OTRA, no fueron planteadas como modos de participación de los oyentes.

Las repuestas apuntan a que la forma en que más participan los oyentes en la emisora obedece a formas tradicionales de los medios masivos de comunicación, como llamadas a los programas o clasificados. Pero en ningún caso en lo relacionado con actividades que impliquen un involucramiento de ellos a la vida de la emisora, su funcionamiento o la elaboración de programas. La participación de los oyentes se restringe a participar en ella llamando a los programas.

**Figura 18. Gráfico. B. NO, indique ¿Por qué?**



Mientras tanto, al 80% de las personas que dijo no haber participado en la emisora se le preguntó sobre las razones por las que no lo ha hecho. Así respondieron: El 48% asegura no haber participado en la emisora porque no le interesa, mientras que el 17% dice que le interesa participar pero que no tiene claro cómo hacerlo. De otro lado, el 35% respondió la opción OTRA.

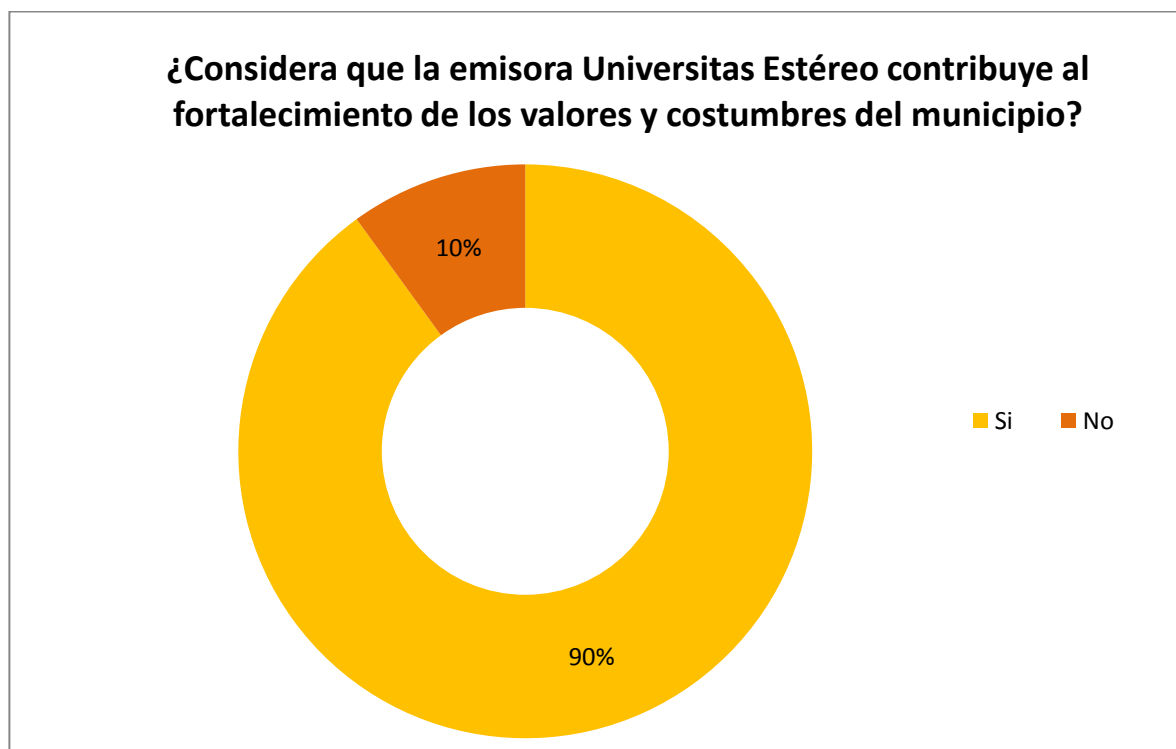
Es claro que a la mayoría de personas no les interesa participar en la emisora, esto podría obedecer a que siguen viendo los medios como meramente receptores y no como participantes activos de estos. Valdría la pena establecer

una sensibilización por parte de la emisora hacia la comunidad sobre lo importante y las ventajas que tiene participar activamente en la emisora, para poder establecer si en realidad no les interesa participar en esta.

El porcentaje de encuestados (35%) que orientó su respuesta hacia la opción OTRA es alto y configuraría de manera importante las razones por las cuales la gente no participa de la emisora, pero no se puede evidenciar de manera clara por qué no participan ya que la opción elegida no lo permite.

Lo cierto es que si se mira la respuesta en su conjunto (**Pregunta + opción A y B**), se podría decir que el escollo no radica en que el 80% no participe, más bien podría enfocarse en que el 20% que sí se involucra, lo hace meramente mediante llamadas telefónicas o la puesta de clasificados y no en temas relacionados con el funcionamiento y manejo del medio.

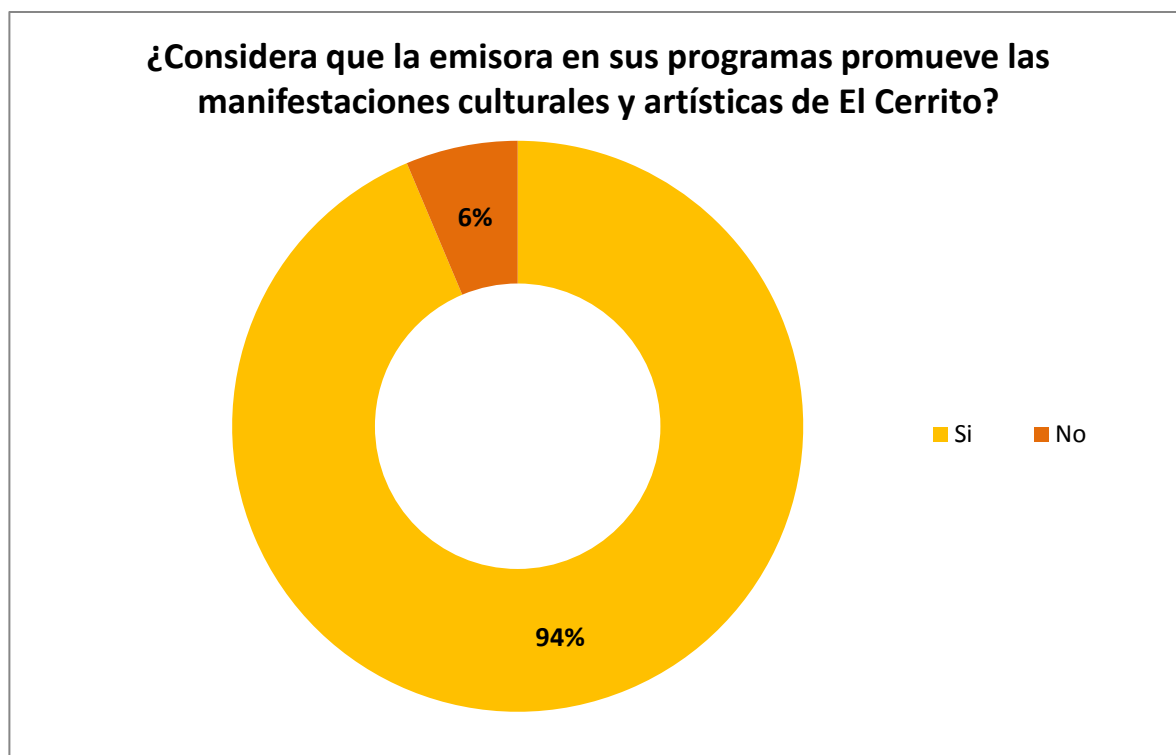
**Figura 19. Gráfico. ¿Considera que la emisora Universitas Estéreo contribuye al fortalecimiento de los valores y costumbres del municipio?**



El 90% de las personas encuestadas piensa que la emisora Universitas Estéreo sí contribuye al fortalecimiento de los valores y costumbres del municipio, mientras que el 10%, considera que no.

Lo que indica que los habitantes de El Cerrito ven en la emisora Universitas Estéreo un espacio desde el cual se impulsan y promueven los valores y costumbres del municipio, convirtiéndose el algo positivo para la emisora porque una de las funciones que tienen estos medios es trabajar en ese sentido. También se puede interpretar que los ciudadanos reconocen que la emisora se constituye en algo que logra fortalecer lo que caracteriza al municipio y sus ciudadanos.

**Figura 20. Gráfico. ¿Considera que la emisora en sus programas promueve las manifestaciones culturales y artísticas de El Cerrito?**

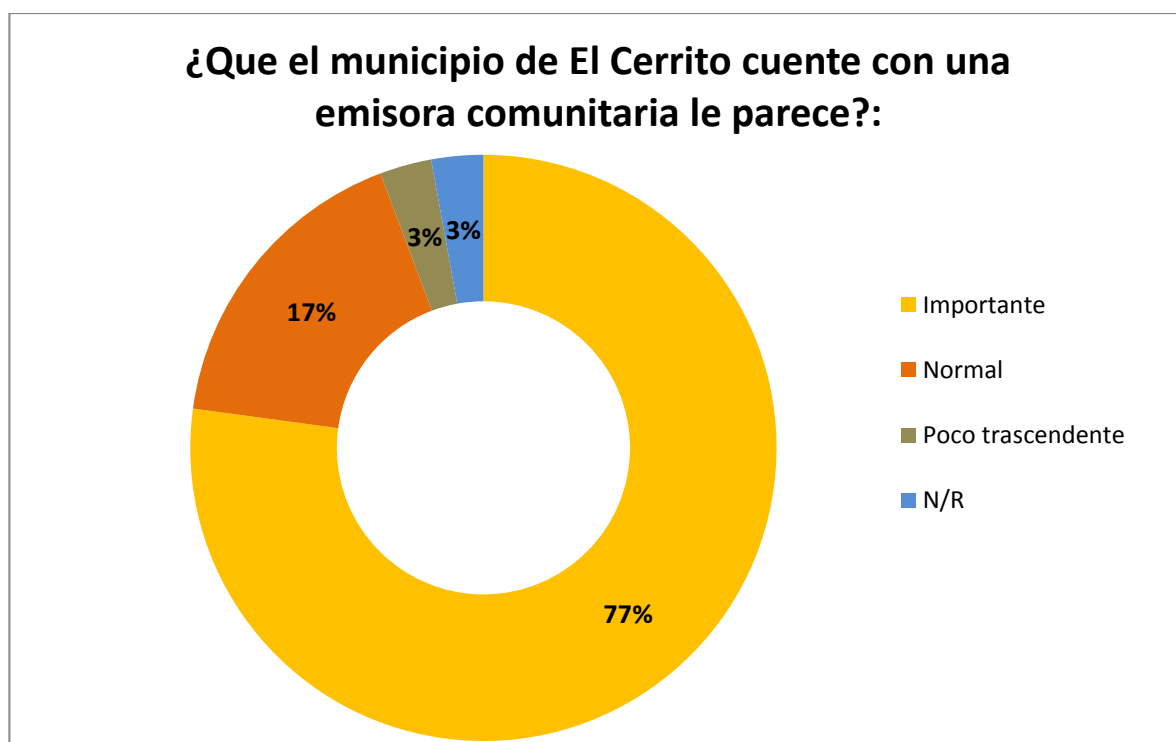


Se le preguntó a las personas si considera que la emisora Universitas Estéreo en sus programas promueven las manifestaciones culturales y artísticas del

municipio, a lo que el 94% de los encuestados respondió que sí. Mientras que el otro 6% dijo que no.

Esto significaría que las personas encuentran y ven reflejada en la programación de la emisora las manifestaciones culturales y artísticas del municipio. Y al mismo tiempo, que la emisora ha sabido incorporar aspectos en el tema cultural y artístico que son importantes para los habitantes del municipio.

**Figura 21. Gráfico. ¿Que el municipio de El Cerrito cuente con una emisora comunitaria le parece?**

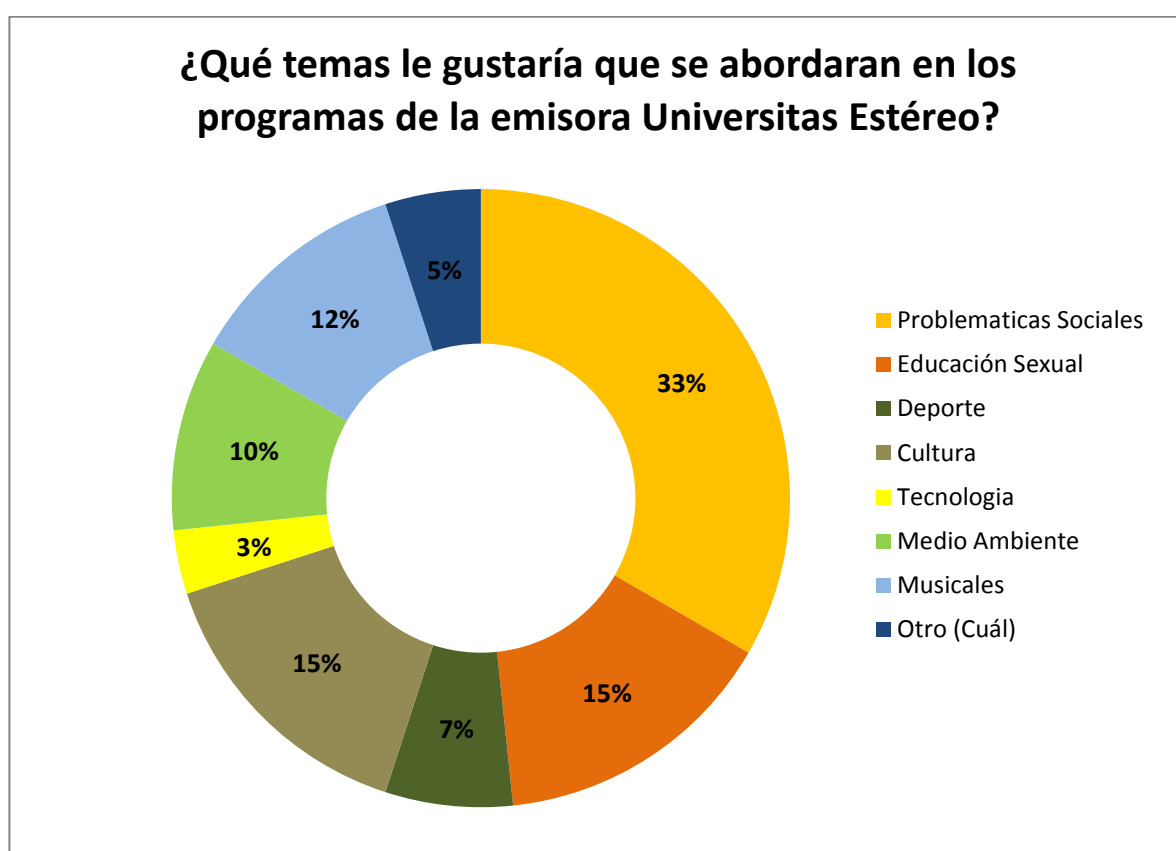


El 77% de los encuestados piensa que contar con una emisora comunitaria en el municipio es algo importante, un 17% lo ve como algo normal, mientras un 3% lo considera poco trascendente, y el mismo porcentaje de personas (3%) no sabe, no responde.



Como se puede evidenciar los habitantes de El Cerrito ven como algo positivo contar con una emisora dentro del municipio. Esto se puede asumir como un reconocimiento por parte de los ciudadanos sobre el aporte que hace y puede llegar a hacer el medio comunitario, en este caso Universitas Estéreo, al municipio.

**Figura 22. Gráfico. ¿Qué temas le gustaría que se abordaran en los programas de la emisora Universitas Estéreo?**

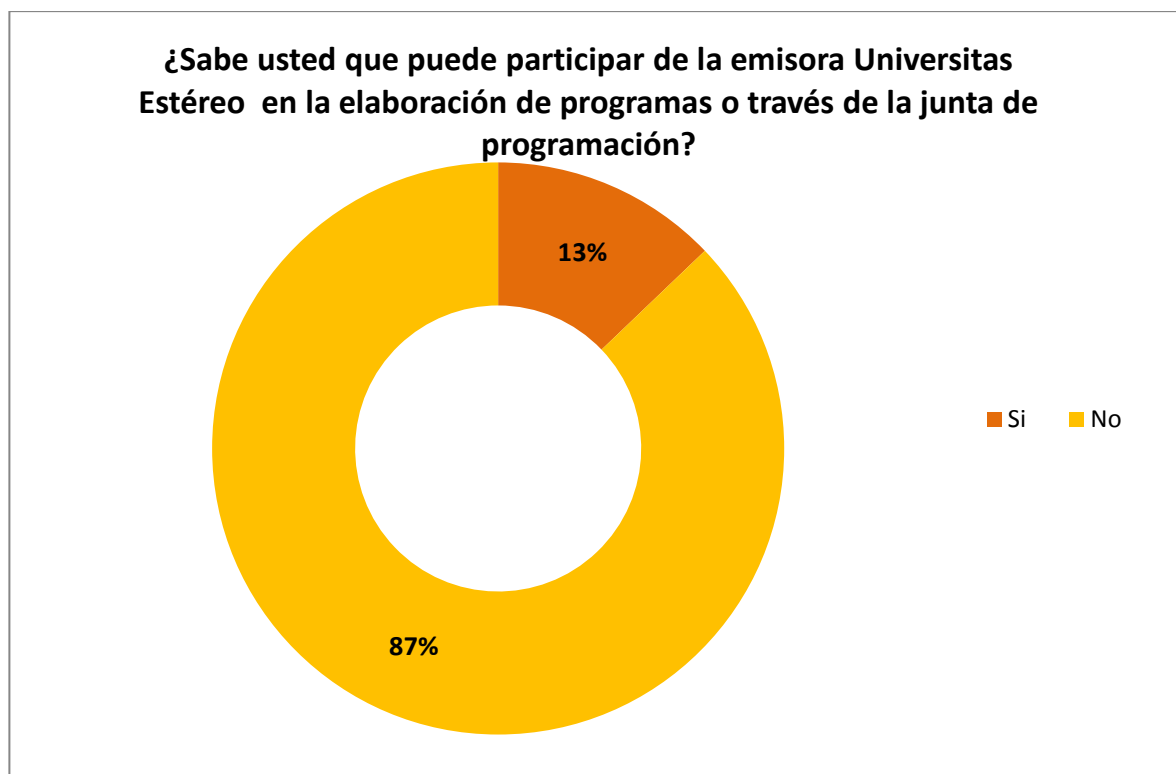


También se le preguntó a los ciudadanos sobre qué temas les gustaría que se abordaran en los programas de la emisora Universitas Estéreo: el 33% respondió que problemáticas sociales, el 15% educación sexual, otro 15% dijo que temas sobre cultura, el 12% musicales, mientras que el 10% temas relacionados con el medio ambiente; por su parte, el 7% deportes, un 3% sobre tecnología y el otro 5% respondió otros temas.

De acuerdo con los resultados se puede evidenciar que los temas de carácter local y que estén relacionados con sus problemáticas sociales ocupan el mayor interés de los ciudadanos, a quienes les gustaría fueran abordados dentro de la programación de la emisora. También es importante destacar que temas como la educación sexual, la cultura, los musicales y el medio ambiente son temáticas que a los encuestados les parece importante sean tratados en la emisora. Los temas señalados anteriormente son cercanos a la comunidad y exigen de parte de la emisora un tratamiento especial y sobre todo pedagógico.

Cabe anotar que aunque un porcentaje amplio de personas (87%) cuando sintoniza la emisora escucha programas de tipo musical, los resultados mostrados en la presente pregunta demuestran la disposición y su interés de escuchar otro tipo de contenidos en la emisora.

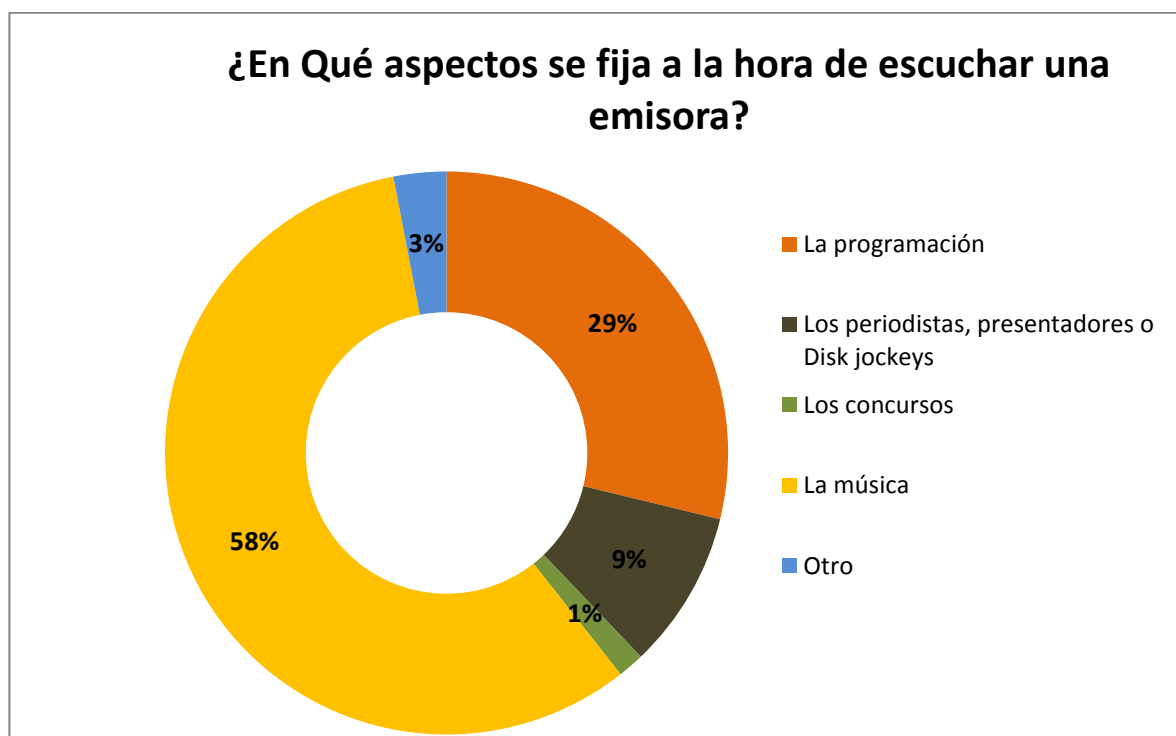
**Figura 23. Gráfico. ¿Sabe usted que puede participar de la emisora Universitas Estéreo en la elaboración de programas o través de la junta de programación?**



En la encuesta también se indagó si las personas conocen de algunos espacios desde donde pueden integrar la emisora y participar de esta, como la Junta de Programación o la realización de programas. Los resultados son estos: el 87% de las personas consultadas respondió no saberlo, mientras tanto un 13% manifestó que sí.

Según el resultado se puede comprender que los habitantes de El Cerrito, no saben o tienen claras las formas en que se pueden vincular a la emisora. Lo que demuestra que se carece de información que dé a conocer a la ciudadanía las posibilidades que tiene al interior de la emisora. El porcentaje de personas que posee información al respecto, según los resultados de la encuesta, es bajo.

**Figura 24. Gráfico. ¿En Qué aspectos se fija a la hora de escuchar una emisora?**



A la pregunta en que aspectos se fija a la hora de escuchar una emisora, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Un 58% de las personas se fija

en la música, el 29% lo hace en la programación, un 9% en los periodistas, presentadores o disk jockeys, mientras que un 3% se fija en los concursos que promueven las emisoras. El otro 3% en otros aspectos.

De acuerdo con los resultados que arroja la pregunta se puede interpretar que la música es un factor determinante para que las personas escuchen determinada emisora, pues un 58% así lo manifiesta. También resulta importante analizar que la programación que la emisora ofrece a sus audiencias tiene gran incidencia en la decisión que las personas toman sobre qué medio escuchar, ya que un porcentaje considerable, el 29%, le da relevancia a los contenidos que se ofrecen en la programación del medio radiofónico.

Cabe resaltar que los dos elementos con mayor porcentaje, la música y la programación, guardan cierto grado de relación. La música es un elemento, que aunque no es único en la constitución de la programación, si hace parte de la propuesta de programación de una radio.

## **8.5. ADMINISTRATIVO**

Las emisoras comunitarias en Colombia son adjudicadas a organizaciones sin ánimo de lucro, esto ha hecho que el funcionamiento administrativo y la operación de estos medios de comunicación este influenciado por los procesos del grupo de base al que le fue otorgada la licencia de funcionamiento.

En el caso de Universitas Estéreo el equipo directivo de la emisora está conformado en su mayoría por personas que pertenecen a la Fundación Centro Cultural Universitas, entidad a la cual el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones otorgo la licencia para operar una emisora en el municipio. “La emisora está conformada por el presidente que es el representante legal de la fundación, estoy yo como directora general de la fundación y obviamente hay una junta directiva que me antecede a mí; sigue Adriana que es la directora de la emisora y la Junta de Programación, prácticamente son la autoridad de la emisora”<sup>161</sup>.

---

<sup>161</sup> MARMOLEJO, Martha. Op. cit.,

La emisora es financiada por la pauta publicitaria y recursos propios de la Fundación Centro Cultural Universitas. Sin embargo, Instituciones como la alcaldía municipal brindan apoyo a la emisora, pero las fuentes de financiamiento principales son las mencionadas anteriormente. En el caso de la publicidad, esta no puedes exceder 15 minutos por hora, de acuerdo a la normatividad.

En lo referente a los recursos que la emisora percibe por parte de la alcaldía se aclara que “la fundación presenta una propuesta a la Administración Municipal como un contrato de prestación de servicios, dentro de esa propuesta general que pasamos incluimos la posibilidad de que ellos tengan acceso (programa) y proponemos que dentro de los recursos que ellos contratan con nosotros de ahí dejamos algunos más que todo para mantenimiento de los equipos de la emisora, porque realmente la parte administrativa si tiene que gestionarla la fundación”<sup>162</sup>.

Universitas Estéreo no cuenta con un organigrama propio ni un proyecto institucional independiente que oriente su quehacer, de acuerdo con Martha Marmolejo, Directora General de la fundación, “todo es articulado. Nosotros (Fundación Centro Cultural Universitas) no tenemos rueda suelta en ninguna parte, porque la emisora hace parte del trabajo cultural, de hecho nuestra emisora es un proyecto”<sup>163</sup>.

Para la toma de decisiones el procedimiento a seguir pasa por el tipo de cambio que se vaya a gestar. Si está relacionado con la programación de la emisora o con los equipos de transmisión, se convoca a la junta de programación. Cuando la decisión está relacionada con actividades de orden financiero o administrativo es asumida por el equipo directivo de la fundación.

No se cuenta con un manual de funciones para los integrantes de la emisora, el único que lo posee es el operador. A nivel directivo sí se cuenta con manual de funciones, pero es el que otorga el estatuto de la Fundación Centro Cultural Universitas a cada uno miembros de la Junta Directiva.

---

<sup>162</sup> Ibíd.

<sup>163</sup> Ibíd.

**8.5.1. Integrantes de la emisora.** Los integrantes de la emisora en su mayoría son colaboradores, no devengan un salario, y viven en el municipio. Muchos han llegado a la emisora por la cercanía que han tenido con la Fundación Centro Cultural Universitas, por el gusto por la música y los medios de comunicación. “... Este programa lo hacemos nosotros los domingos por Hobby; por colaboración. Lo hacemos porque nos gusta. (...) el día que nos paguen por algo que nos gusta, pierde la razón de ser. Lo hacemos es por hobby...”<sup>164</sup>. Al tiempo que Oveimar Lozano, presentador del programa de música colombiana, agrega que “nosotros en ningún momento pretendemos que se nos llamen como locutores...sino que es un hobby nuestro. Nos gusta la música y queremos transmitirla a nuestros amigos y oyentes...”<sup>165</sup>.

Ninguna de las personas que realiza programas en la emisora tiene formación en radio o en temas relacionados con la comunicación, excepto el operador de sonido y locutor permanente de la emisora, quien realizó estudios de locución. El resto de personas se dedica a otros oficios o profesiones, como el caso del señor Bernardo Palacios, director y locutor del programa Tropi-Vallenatos, quien tiene estudios universitarios. “Soy ingeniero agrónomo y tengo otras especializaciones en mercadotecnia y lo que he trabajado y he estudiado de música, pero no de radio”<sup>166</sup>. Cabe destacar que la emisora tampoco brinda cursos o capacitaciones a sus miembros sobre producción radial, locución y temas relacionados con el campo de la radio.

Para ellos, los integrantes, la emisora es un espacio desde el cual pueden llegar a los ciudadanos. Conciben la radio comunitaria como un medio de comunicación que está destinado a prestarle un servicio a la comunidad y del cual los habitantes pueden participar.

La gente está más cerca de la comunicación, de su grupo Universitas, incluso de su municipio, de sus primeras autoridades. Usted sabe que en una emisora comunitaria cualquiera puede hablar y cualquiera puede quejarse, entonces es muy gratificante tener una emisora comunitaria aquí<sup>167</sup>.

---

<sup>164</sup> Entrevista a Raúl Tenorio, Conductor Programa Recordar es Vivir, en Universitas Estéreo. Mayo 2014.

<sup>165</sup> Entrevista a Oveimar Lozano, Conductor Programa Música Colombiana, en Universitas Estéreo. Junio 2014.

<sup>166</sup> Entrevista a Bernardo Palacio Peláez, Conductor y Programador de Tropi-Vallenatos, en Universitas Estéreo. Mayo 2014.

<sup>167</sup> TENORIO. Op. cit.,

Las relaciones al interior de la emisora, aseguran, son cordiales y consideran que los directores de la emisora son receptivos a la hora de atender cualquier inquietud que puedan tener. Coinciden en que la no existencia de espacios formales como reuniones, se da porque es fácil llegar a los directivos de la emisora y porque coinciden habitualmente en distintos espacios. Sin embargo, uno de los integrantes sostiene que es necesario establecer estos espacios para discutir temas de la emisora y ayudar en la gestión del medio.

De pronto eso es una parte que no se hace y que se debería hacer, se hacía antiguamente porque éramos un grupo, Melomanía y Cultura, que pertenecía a la casa de la cultura, pero ahora como personas individuales alguna vez le sugerí al señor Armando Nieto que la emisora debería tener (...) como un comité asesor con la gente que hace los programas y todos los beneficiarios, porque de alguna manera son las personas que les duele la emisora y si están teniendo problemas para cambiar un aparato o algo, pues poder buscar la manera que entre ellos hagan una teletón o hagan cualquier cosa y ayuden a la emisora, no solamente se puede echar uno el anda (responsabilidad) solo y que nadie le ayude a cargar. Y eso es lo que de pronto ha sucedido, muy solos ellos allá, muy solos...<sup>168</sup>

Las diferencias que los integrantes de la emisora ven entre la radio comercial y la comunitaria, radican en que la radio comunitaria permite que las personas puedan participar de la emisora de diversas maneras y en que este tipo de medios abre los micrófonos para que la ciudadanía promueva sus actividades, aspectos que, señalan, no se da fácilmente en la radio comercial. “yo pienso que la emisora comunitaria debe enfilarse más hacia el pueblo, hacia difundir la parte cultural”<sup>169</sup>.

Pero también se piensa que en materia de calidad y estética de contenidos, la radio comunitaria está en capacidad de competirle a una de carácter comercial “Diferencias no creo que haya muchas, lo que pasa es que la radio comercial tiene una mayor capacidad en lo referente a la pauta comercial. Nosotros tenemos limitación de tiempo, no nos podemos exceder de 15 minutos en hora porque eso acarrea unas sanciones. La radio comercial y la radio comunitaria ya están muy de la mano, eso era como un mito que había antes de que la radio comunitaria era una radio de pueblo, que solamente se dedicaba a hacer programas malos; no, la radio comunitaria está en capacidad de hacer programas inclusive mejores que las radios comerciales”<sup>170</sup>.

---

<sup>168</sup> PALACIO PELAEZ. Op. cit.,

<sup>169</sup> Ibid.

<sup>170</sup> GOMEZ. Op. cit.,

Para quienes hacen parte de la emisora la participación de la comunidad es algo fundamental en la vida de Universitas Estéreo, sin embargo, se expresa que las personas “no utilizan un medio que tiene puertas abiertas, repito, para cualquier comunicación, cualquier necesidad que tuviesen”. Y es que para Javier Gómez “Es importantísimo que la gente participe, porque la radio comunitaria está basada en eso; en que la gente participe y Universitas Estéreo no es ajena a eso, aquí tiene las puertas abiertas toda persona y pues uno si evalúa el proyecto o lo que quiere comunicar...”<sup>171</sup>

En cuanto a la producción, indican que realizan un proceso de planeación previo a la emisión del programa “...cuando tenía el programa Tropi-Vallenatos, buscaba a alguien, para hacerle un homenaje, o que estuviera lanzando un CD y entonces de esa persona poníamos la mayoría de canciones (...) o cuando alguien fallecía, preparaba todo lo de esa persona para leer, para hablar de su vida, de su historia...”<sup>172</sup>, asegura Bernardo Palacio.

El tema de la cobertura y las falencias técnicas que ha tenido la emisora, son dos aspectos que los entrevistados mencionan constantemente para explicar que la audiencia y la interacción con esta ha disminuido en el último tiempo, pues anteriormente la señal llegaba hasta municipios vecinos, pero por orden del ministerio de comunicaciones la emisora debió hacer ajustes técnicos que le dejaron como marco de acción sólo el municipio. También coinciden que la emisora requiere mejorar los equipos de transmisión.

## **8.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS**

**8.6.1. Contenidos.** A lo largo de la investigación se ha manifestado que la programación radiofónica no es solo un conjunto de programas organizados al azar ni la parrilla de programación es un simple dibujo que muestra gráficamente la oferta de programas de una radio, todo lo contrario la programación de una emisora refleja los valores de esta y los objetivos que se ha trazado, es la razón de ser de la emisora. Los contenidos son los temas que se abordan en un determinado programa o emisora, de ahí su importancia en la definición del perfil de la radio.

La presentación de la parrilla deberá ser un espejo de esa riqueza sonora que ofrece. Deberá mostrar cómo la emisora es incluyente, es un actor social de desarrollo, tiene contenidos para todas las audiencias, convoca la

---

<sup>171</sup> Ibid., .

<sup>172</sup> PALACIO. Op. cit.



participación en torno a los temas que interesan a la localidad y a la región, es formativa y movilizadora, y es un potencial para el cambio. Si la parrilla logra transmitir este complejo entramado, la emisora habrá ganado un significativo espacio en las tres esferas de la gestión: proyecto comunicativo, audiencias, y administrativa y financiera<sup>173</sup>.

Universitas Estéreo expresa la intención de ofrecer contenidos para personas de distintas edades y atender las demandas y gustos de la audiencia, a través su programación. Al indagar sobre los contenidos que en la actualidad se puede observar que la parrilla de programación tiene una clara orientación hacia la parte musical. La emisora tiene programas que promueven los ritmos autóctonos del país, como el espacio sobre música Colombiana y ha contado con otros que hace difusión a los diversos ritmos del país; sin embargo, la emisora debe trascender la parte musical y adentrarse en generar alternativas a nivel informativo y de índole local.

No se puede olvidar lo que Claudia Villamayor y Ernesto Lamas llaman como la perspectiva comunicacional, que hace alusión a la programación, los contenidos y el perfil de la radio, y como estos aspectos deben reflejar los objetivos y propósitos del medio. En ese sentido es fundamental el Proyecto Institucional. Saber para dónde apunta el medio, a qué necesidades responde y qué problemas tiene para abordar eso.

Contar con una programación netamente musical es difícil de calificar como algo inapropiado, pero no es del todo consecuente con los propósitos que a nivel de la legislación se plantea, ni es concordante con la evolución histórica de la radio comunitaria y podría desdibujar el aporte que a nivel de desarrollo puede hacer el medio a la comunidad. Es por eso que la emisora debe diversificar su oferta de contenidos.

Los directivos aseguran que la emisora no cuenta con noticieros o magazines por asuntos económicos, sostienen que para realizar este tipo de programas se deben asumir unos costos por producción y contratación de personal permanente, de los cuales la emisora y la fundación no disponen. También dentro de la explicación de la no existencia de otro tipo de programas se encuentra la intención de evitar malos entendidos o escollos al interior del municipio.

---

<sup>173</sup> La Radio Comunitaria Una empresa Social Sustentable. Op. cit., 35

Esto demuestra que el tema económico y la intención de mantener buenas relaciones con las instituciones del municipio y la comunidad en general, son elementos que inciden en la fijación de la programación y los contenidos de la emisora.

En Universitat Estéreo existe la disposición de abordar cualquier tipo de temáticas, los únicos temas que la emisora evita manejar son la política y la religión, tal como se ha manifestado. Lo anterior, pensando en no tener escollos o asumir alguna posición de tipo político o religiosa. En el caso de la religión, este medio participa de eventos como la semana santa, transmitiendo algunas actividades y durante fechas específicas ha invitado a las diferentes iglesias para que participen de emisiones especiales. Se indica que no se le brinda la oportunidad a ninguna iglesia de tener un programa en la emisora de manera permanente, porque al darle la oportunidad a unos de los credos religiosos por principios de igualdad, habría que brindar la opción a las demás.

Resulta destacable que la emisora guarde distancia sobre los distintos partidos políticos o congregaciones religiosas, pero debe implementar estrategias que le permitan incluir este tipo de temáticas de manera permanente, pues lo político hace parte del acontecer del municipio e incide en la vida de los habitantes. Sería pertinente contemplar programas pedagógicos que acerquen a los habitantes de El Cerrito con lo público. Teniendo en cuenta la idea que plantea Claudia Villamayor sobre la radio comunitaria, al decir que esta debe procurar modificar relaciones existentes, siendo la programación un factor fundamental y que recobra mayor importancia en la medida en que se inserte en la realidad para modificarla. Lo planteado por los autores, se expresa al manifestar la relación que existe entre la comunicación y la transformación de la sociedad.

La base de la programación que tiene Universitat Estéreo actualmente es asumida por personas que no tienen un vínculo formal con el medio, pues la mayoría de programas son realizados por ciudadanos que en algún momento manifestaron su intención de tener un espacio en el medio pero que no devengan un salario. Ellos, directamente se encargan de seleccionar la música y los temas que van a abordar en sus respectivos espacios (programas). La mayoría se emite una vez por semana.

Si bien es importante que la emisora brinde espacio para que los habitantes de El Cerrito realicen programas a partir de sus gustos y les posibilite tener cierto grado de autonomía frente a los temas y la música que es abordada en cada uno de estos, es necesario que se unifique más la programación y así evitar su fragmentación.

La emisora no cuenta con estudios que le permitan conocer de manera integral su audiencia, a la hora de crear un programa nuevo se recurre más a la intuición y miden el impacto que están teniendo los programas a través de las llamadas y el número de visitas que tengan en su página de internet. Esto podría incidir en que la programación guarde o no directa relación con los gustos de la comunidad, si se tiene en cuenta que el conocimiento de los receptores determina el quehacer de la radio.

**8.6.2. Rol de los integrantes.** Las emisoras comunitarias surgieron en el seno de comunidades que encontraron en la radio una forma de expresión, de reivindicar sus derechos y emprender luchas sociales a lo largo de los años. Estas iniciativas se convirtieron en la posibilidad de comunicar todo aquello que en los medios tradicionales no tiene espacio y en el reflejo de lo que son muchos municipios. La propia comunidad emprendió estos proyectos, en la mayoría de ocasiones, sin tener conocimiento o algún tipo de formación en radio y poco a poco fueron consolidando estas iniciativas.

El involucramiento de personas provenientes de distintos sectores de la comunidad, que imaginaron y sumaron sueños e ideas que han tenido como punto de encuentro la radio, ha sido determinante para que muchas de estas se mantengan vivas. Como lo hemos comentado en el presente estudio, las radios mineras de Bolivia contaron con el aporte económico de muchos de los trabajadores que donaban parte de su sueldo para los gastos de la emisora.

La mayoría de las personas que hacen parte del equipo de Universitat Estéreo se encuentran en calidad de colaboradores y sus propios directivos sostienen que la emisora no tiene la capacidad económica para asumir el pago de salarios. Se entiende que estamos hablando de una radio comunitaria, pero la legislación y distintos autores han planteado que estos medios deben ser vistos como una empresa y por tanto debe asumir formas de organización y ejercer la gestión en todas sus dimensiones.

Sólo dos, de las doce personas que integran este medio, tienen remuneración: el Operador de Audio-Locutor y la Directora Administrativa. Resulta importante incluir la figura de colaborador en la emisora y que la comunidad se integre de esta forma, pero existen actividades que requieren de personal permanente que lleve a cabo las funciones administrativas y la propia operación de la emisora, pues dos personas no bastan para atender las dinámicas de la radio. Esta situación provoca en muchas ocasiones que una sola persona ocupe varios roles en la emisora, como es el caso de Javier Gómez, quien sostiene que la actualidad se encuentra “manejando la parte de control-locución, haciendo programa en la mañana y en la

tarde, y estoy manejando lo relacionado con la pauta comercial: visitar los clientes, conseguir la pauta y mostrarles lo que es la emisora”<sup>174</sup>.

Como se puede observar esta persona ocupa tres roles dentro de la emisora: Operador de audio, locutor y comercial (Pauta publicitaria), algo que no resulta del todo positivo, pues la emisora requiere de personal específico para adelantar cada una de sus actividades y evitar que todas las tareas recaigan sobre una misma persona y la gestión integral se vea afectada.

El resto de personas se encargan de realizar sus respectivos programas, que en la mayoría de ocasiones ha surgido por iniciativa propia, pero no permanecen todo el tiempo en la emisora o no tienen otras funciones distintas a responder por su espacio. Esto puede conllevar a que la comunicación sea escasa entre el personal de la emisora y que su aporte o nivel de interacción sea bajo.

Por otra parte, resulta importante que en Universitas Estéreo no exista la exigencia de ser profesional en comunicación o tener carreras afines para poder hacer un programa. Esto es coherente con la idea de democratizar la comunicación y de hacer la radio con la misma comunidad. Y es que no se tiene un perfil definido para decir quién puede y quien no tener espacio en el medio. Aunque resultaría importante que la emisora a futuro estableciera por escrito algunos criterios o requisitos para integrar la emisora.

Cabe destacar que cuando se van a abordar temas que requieren un tratamiento especial, los directivos de la emisora se fijan en que quien esté a cargo tenga conocimiento en la materia. Algo que es inherente a cualquier medio de comunicación, sin importar si es comunitario o comercial, y que demuestra el sentido de responsabilidad que tiene, en este caso Universitas Estéreo, frente a lo que se emite en la emisora.

También se brinda autonomía a los responsables de los distintos programas, pues aunque se ejerce cierto seguimiento sobre cómo se están desarrollando los directivos no intervienen de una manera permanente en ellos. Esto le asegura un margen de acción a cada uno de ellos, pero se puede percibir que no existe un grado de integración de toda la programación.

---

<sup>174</sup> GOMEZ, Op. cit.,

## 8.7. AUDIENCIA

Universitas Estéreo establece su parrilla de programación pensando en todos los habitantes como potenciales oyentes de la emisora, lo que explica su interés de brindar una programación que atienda los gustos y necesidades tanto de niños, jóvenes y personas adultas. Esto resulta positivo si se tiene en cuenta, como se ha planteado desde el marco teórico, que la radio comunitaria debe entender que su audiencia es el conjunto de ciudadanos del municipio y no un pequeño grupo de este.

La interacción que establece Universitas Estéreo guarda relación con los métodos tradicionales que emplean las radios de carácter comercial, hablamos de la participación de la audiencia en los diferentes programas mediante llamadas telefónicas o a través de los medios digitales. Resulta importante que Universitas Estéreo haga uso de las redes sociales para interactuar con su audiencia y tenga establecida su señal en internet, esto demuestra que no es ajena a los cambios que han propiciado las nuevas tecnologías de la información.

Y es que los directivos de la emisora dejan ver la disposición de servirle a la comunidad y de abrirles espacios como la posibilidad de poner clasificados, enviar mensajes de felicitación y servicios sociales en general; sin embargo, no se evidencia una relación orientada hacia la construcción de contenidos por parte de la audiencia ni un involucramiento de estos en actividades que estén relacionadas con su manejo administrativo. Al respecto en el presente estudio, se ha expresado que la radio comunitaria concibe a la audiencia como ciudadanos activos y no como simples consumidores. Además se plantea que se deben dilucidar las demandas ciudadanas y establecer un dialogo con esta. Sobre este mismo tema, Claudia Villamayor sostiene que la posibilidad de participar telefónicamente en los medios comerciales se convirtió en un simulacro de participación, agrega que el mensaje emitido por los medios masivos sigue siendo vertical, mientras que la relación con la audiencia en la radio comunitaria supera los códigos formales. La participación va más allá del aire.

Tal como apunta el Manual Sostenibilidad Social y Cultural de la Radio Comunitaria, la radio comunitaria no solo le debe apuntar a participar de lo comunitario sino que también debe apostarle a que la comunidad participe de la emisora en distintas instancias, tales son: propiedad, gerencia, administración, financiación, programación.

Al tiempo que Luis Aranguren Gonzalo sostiene que para lograr espacios de participación se deben construir formas organizativas diferentes a las clásicas estructuras de las radios comerciales en las que las decisiones relacionadas con la programación, políticas y objetivos y los recursos son asumidas por los directores o dueños de la empresa.

Es cierto que la emisora incluye sectores de la población en la Junta de Programación, algo que establece la regulación, y atiende las inquietudes que los oyentes tienen sobre algunos programas, pero no se gesta otro tipo de vinculación aparte de lo ya mencionado. Las radios comunitarias deben construir una audiencia activa y que se involucre en el quehacer de la emisora, pues esto incide en la sostenibilidad del medio.

Conocer la audiencia se convierte en un aspecto determinante a la hora de fijar los contenidos que van a ser abordados en los diversos programas, por eso es necesario contar con un método que permita identificar mejor sus receptores con el fin de orientar de una manera más acertada la programación y atender las reales necesidades de la audiencia. Y es que como lo plantea Merayo Pérez, el servicio a la sociedad, tarea de los medios de comunicación, no puede estar supeditado al hecho de suponer quienes son sus receptores y los requerimientos que tienen como tal. Es necesario, de acuerdo con él autor, tener un conocimiento cualitativo de la audiencia.

Universitas Estéreo, como muchas emisoras comunitarias no cuentan con estudios de audiencia que le facilite hacer mejor su trabajo desde la perspectiva comunicacional, esto provoca que se acuda a la intuición a la hora de ejecutar sus acciones a nivel de programación. El único termómetro con que cuenta este medio es el número de llamadas que hacen los oyentes y los mensajes que estos dejan a la emisora a través de sus redes sociales y la página de internet. Esto supone que la emisora debe hacer esfuerzos grandes para conocer en realidad a su audiencia.

La mayoría de los habitantes del municipio de El Cerrito ha escuchado la emisora Universitas Estéreo, pues el 91% de los encuestados afirma haberla sintonizado en algún momento. Esta cifra se convierte en algo altamente positivo, porque significa que los ciudadanos reconocen que existe la emisora en el municipio. Lo anterior, adquiere mayor relevancia cuando el 78% de la personas manifiesta gustarle la emisora.

Para la comunidad de El Cerrito contar con un medio comunitario como Universitas Estéreo es algo importante, el 77% de los encuestados así lo manifestó. También consideran que la emisora contribuye al desarrollo del municipio y promueven las manifestaciones culturales y artísticas. Esto permite decir que cuenta con un buen entorno para desenvolverse dentro del municipio, algo que es vital tanto para su sostenimiento y para poder intervenir como una institución de gran influencia e impacto en su contexto.

Sin embargo, cuando se entra a analizar a fondo, se logra evidenciar que la participación de los ciudadanos en la emisora no se acerca a la cifra que le otorga un alto grado de reconocimiento a la emisora, pues el 80% manifiesta no haber participado en dicho medio y un 20% asegura sí haberlo hecho.

Esta cifra, 20%, se constituye en un porcentaje importante pensando en un medio de comunicación como la radio que tiene una audiencia numerosa y resulta complejo lograr la participación de toda la comunidad. Lo que llama la atención, más bien, es la forma en que se da, pues quienes manifestaron haber participado alguna vez en la emisora, dijeron haberlo hecho llamando (64%) o colocando clasificados (36%), las opciones “en la elaboración de programas”, “proponiendo temas para los programas”, “asistiendo a actividades programadas por la emisora”, “denunciando problemáticas”, “miembro Junta de la Programación”, no fueron elegidas como las formas en que habían participado de la emisora. Lo que demuestra que los oyentes no se involucran en las actividades propias del funcionamiento, más bien se restringe a la participación que comúnmente se da en la radio comercial.

Lo anterior deja ver que si bien Universitas Estéreo goza de gran reconocimiento dentro de este municipio, no logra que la participación supere las modalidades que generalmente se dan en los medios tradicionales: llamando a los diferentes programas. También es claro, que se deben emprender estrategias que contribuyan a que la audiencia se involucre de otras formas a la emisora.

Las instituciones del municipio ven en un Universitas Estéreo la oportunidad de abordar temas locales y una manera de promover el desarrollo de sus ciudadanos, pero se puede observar que el nivel de vinculación de las entidades representativas en la emisora es casi nulo. Normalmente acuden o piensan en recurrir a esta con fines meramente difusionistas, es decir con el propósito de dar a conocer a la comunidad algún mensaje de su interés, y no precisamente para realizar programas o participar en la gestión de la emisora.

Sobre este tema, Armando Nieto, Presidente de la Fundación Centro Cultural Universitas, expresa que su mayor satisfacción es poderle manifestar a la comunidad que cuentan con un medio de comunicación; sin embargo, considera que dicho espacio no es aprovechado. “La mayor satisfacción, en lo personal, es poderle decir al pueblo cerriteño que hay una emisora que es nuestra... que es lo que la gente no ha hecho, apropiarse de la emisora, no me explico por qué. Se le abrió espacio a los alcohólicos anónimos, a las asociaciones culturales, al hospital, la policía y la administración municipal, a quien no se le ha abierto espacio...nadie lo aprovecha”<sup>175</sup>.

Al dialogar con los representantes legales o encargados de las entidades elegidas para el presente trabajo, se evidenció que no escuchan de manera permanente la emisora, uno de ellos manifestó haberlo hecho en algún momento pero en la actualidad no; el otro, asegura no haber tenido la oportunidad de escuchar la emisora. Sin embargo, ambos reconocen el potencial que tiene este medio y el servicio que le puede prestar a la comunidad en general.

Es importante destacar que ambas instituciones coinciden en que los directivos de la emisora deben crear estrategias para su promoción. Para ellos muchos de los ciudadanos no conocen que existe la emisora o desconocen el dial donde está ubicada, de ahí la necesidad, según lo que manifiestan, de hacer más difusión al interior del municipio. Y es claro que no cuentan con estrategias que promuevan sus contenidos y que inviten a los ciudadanos participar o hacer parte del medio. Pese al desconocimiento que puedan tener los habitantes de la emisora las cifras indican lo contrario, ya que la encuesta realizada a las personas arroja que el 91% de estas conocen de la existencia de la emisora o la ha escuchado en algún momento.

Lo anterior no significa que no se requiera de estrategias tendientes a aumentar la participación de la comunidad en la emisora, tanto en la elaboración de contenidos como en la propia administración de esta. También para invitar a las distintas instituciones a que se vinculen y participen del medio, pues en estas instituciones no conocen algunos modos de integrar o hacer parte de Universitas Estéreo como la junta de programación.

---

<sup>175</sup> NIETO, Op. Cit.



**8.7.1. Administrativo.** Las radios comunitarias no solo en el contexto colombiano sino en el internacional surgieron en el seno de comunidades e instituciones como la iglesia católica y recibieron apoyo económico de distintas ONG del mundo, dicho apoyo supuso que las radios comunitarias adoptaran las formas organizativas y funcionales de estas instituciones. Con el pasar de los años, y cuando muchas de estas radios habían madurado, fueron adoptando maneras propias de funcionar y otras continuaron bajo la sombra de aquellas entidades.

A pesar de dicho respaldo y reconocer lo que significó para el surgimiento de estos medios, autores como Claudia Villamayor y Ernesto Lamas, consideran que las radios comunitarias deben asumir formas de organización que se ajusten a las características propias de un medio de comunicación.

...no resulta positivo en ningún caso cuando se intenta trasladar las estructuras y los modos de organización de las iglesias, de los sindicatos o de las asociaciones vecinales a la radio. O cuando se pretende que, por el sólo hecho de haber estado en la gestación de la radio, los principios y los objetivos de las "instituciones madres" se trasladen automáticamente a la radio. Aun cuando el grado de coincidencia político-cultural sea muy alto, la radio es diferente y tiene sus especificidades como también las tienen el sindicato, la iglesia y la asociación vecinal<sup>176</sup>.

Sin embargo, en el contexto de la legislación que regula el funcionamiento de la radio comunitaria, más exactamente desde el año 1995, época en que expidió el primer decreto y hasta la hoy vigente resolución 415 de 2010, se expresa que las emisoras comunitarias únicamente son adjudicadas a organizaciones debidamente constituidas y que posean algún tipo de experiencia en trabajo con la comunidad. En el caso de la emisora Universitas Estéreo la licencia de funcionamiento fue otorgada a la Fundación Centro Cultural Universitas, es por eso que no cuenta con un proyecto institucional ni un organigrama propio, pues la radio esta adjunta a la fundación y el tipo de decisiones a nivel administrativo tienen directa influencia de esta.

Aunque se cuenta con un Manual de Estilo que a la vez es exigido por la reglamentación del servicio de radiodifusión comunitaria, a fin de que las emisoras definan y pongan a disposición del público su visión, las políticas, los principios y criterios propios del medio, de cara a proteger los derechos de la audiencia, y que sirva de guía para la generación de contenidos, formatos, redacción y planes de

---

<sup>176</sup> VILLAMAYOR y LAMAS, Op. cit., p. 100

programación. Es evidente que este no tiene el alcance de un proyecto institucional, ya que no puntualiza acciones concretas para adelantar su gestión en todas las dimensiones, ni refleja lo que se propone a futuro el medio, tampoco el norte del proyecto y el camino que debe recorrer para alcanzar los objetivos vislumbrados en lo político - cultural, lo comunicativo y empresarial.

Adoptar formas de organización y sumarse a los objetivos de la organización gestora, está influenciado, podría inferirse, en cierto modo por la forma como se otorga la licencia de funcionamiento a la instituciones que la gestionan ante el ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Esto indirectamente incidiría en que la emisora implemente o no modos de organización propios de un medio de comunicación comunitario y que en términos de planeación la emisora lidere su funcionamiento.

Los autores ya mencionados, sostienen que la radio comunitaria debe ser vista desde tres dimensiones: político-cultural, comunicacional y empresarial. La articulación de estas tres perspectivas da lugar al proyecto institucional de la radio. En el caso de la dimensión político - cultural que tienen que ver con los ideales, la utopías y objetivos de la emisora, Universitas Estéreo no tiene unos objetivos propios sino que están ajustados a los de la Fundación Centro Cultural Universitas.

En todo caso, contar con una institución como la Fundación Centro Cultural Universitas, creadora y gestora del proyecto, ha contribuido a la sostenibilidad del medio durante estos 17 años de funcionamiento de la radio, pues esta institución ha asumido, en gran parte, la financiación del proyecto radiofónico. Sin embargo, se hace necesario que la emisora construya su propio proyecto institucional y asumas sus propias formas de organización y, sobre todo, sus propios objetivos sin necesariamente desconocer los principios de la institución madre.

De acuerdo, al manual La Radio Comunitaria. Una empresa Social Sustentable. Herramientas para la gestión, abordado para construcción teórica del presente trabajo, el buen funcionamiento y gestión de una radio comunitaria está vinculado con la claridad con que se defina su estructura organizacional. Según el documento, dicha estructura debe responder a los requerimientos y actividades propias de un medio comunitario y agrupar a todos los actores que vincula y la forma con estos se relacionan para dar vida a la parrilla de programación, la cual se constituye, según el texto, en el corazón del medio.

La financiación de la emisora se menciona como uno de los aspectos que más amenaza el funcionamiento de la radio, tal como se ha indicado los recursos para su sostenimiento provienen principalmente de la fundación y por concepto de la pauta publicitaria. Esto evidencia que la emisora no ha encontrado autonomía e independencia económica frente a esta entidad, con la cual pueda desempeñarse por sí misma.

La pauta publicitaria no ha sido una fuente de recursos que le permita a la emisora sostenerse financieramente, los propios directivos manifiestan que este factor ha sido complejo porque el comercio o no pauta en la emisora o la suma que ofrece a cambio de este servicio es muy baja. Y es que Universitas Estéreo no tiene alternativas distintas a las ya mencionadas para percibir recursos, ni cuenta con un equipo encargado de la parte comercial, lo que conduce a pensar que la emisora debe sumar a las ya existentes, otras formas de financiación y emprender estrategias que le permitan hallar uno de los aspectos de la sostenibilidad de la emisora, lo económico.

En lo referente a las decisiones que se toman al interior de la emisora se puede inferir que hay cierto grado de centralización, pues aunque a la hora de definir cualquier asunto relacionado con la programación o contenidos de la emisora se convoca a la Junta de Programación, en decisiones de orden administrativo o financiero se resuelve directamente desde la dirección de la emisora o la Junta directiva de la Fundación Centro Cultural Universitas.

Si tenemos en cuenta que las emisoras comunitarias deben asumir estructuras participativas y democráticas por su propia razón de ser y por el contexto en el que fueron creadas, es evidente que la emisora no está facilitando que esto se dé de forma integral. Es claro que existen momentos del quehacer diario del medio en que se deben emprender acciones que no dan espera o tiempo para reunir a todo el equipo de la emisora, pero es necesario que se involucre más a la comunidad, realizadores de los programas y personal en general en las decisiones que deba adoptar la emisora. “Tenemos que encontrar un modo de organización que favorezca nuestra concepción democrática del poder y la participación (...) y que, a la vez, nos permita un funcionamiento eficaz de la radio”<sup>177</sup>.

La emisora no cuenta con un manual que describa las funciones de sus integrantes, únicamente lo tiene el operador-locutor. Los directivos de la emisora,

---

<sup>177</sup> Ibid., p. 106

por su parte, se basan en las funciones y tareas que les otorga el estatuto de la Fundación Centro Cultural Universitas. Esto evidencia una carencia en la formalización de las actividades que deben realizar quienes hacen parte del equipo que se encarga de los programas, la emisora debe hacer esfuerzos por asignar responsabilidades a los integrantes del medio para que así estos conozcan más de cerca sus compromisos con la radio y así encuentre maneras de ayudar a la gestión del proyecto.

Sin lugar a dudas el funcionamiento y los procesos que se gestan al interior de la emisora Universitas Estéreo están influenciados por las dinámicas propias de la Fundación Centro Cultural Universitas. Esto ha servido de soporte y respaldo para el medio de comunicación, sin embargo, se hace necesario que encuentre un mayor nivel de descentralización y democratización de las decisiones y en convertir a los integrantes de la emisora en actores dinámicos e influyentes del quehacer de la radio. Además de construir su propio proyecto institucional. Cabe mencionar que esta entidad piensa y ve la radio como un proyecto, el cual debe estar articulado con los otros proyectos que tiene la institución.

#### **8.8. INTEGRANTES DE LA EMISORA Y COMO CONCIBEN LA RADIO COMUNITARIA.**

La permanencia de los integrantes de Universitas Estéreo trasciende la idea de ser remunerados por las actividades desarrolladas al interior de la emisora, y se ubica más en la intención de hacer parte de este medio por gusto y el deseo de compartir con los habitantes del municipio el conocimiento que poseen sobre la música y, en efecto, han encontrado en la emisora dicha posibilidad. Es por eso que en los programas, sobre todo en los del fin de semana, se hace pedagogía sobre ritmos como la música colombiana y el vallenato.

Sin lugar a dudas, los aspectos mencionados anteriormente han jugado un papel fundamental en la permanencia de estas personas en la emisora, la mayoría de ellas tiene entre 14 y 17 años en Universitas Estéreo. Cabe resaltar que muchas son de edad avanzada y se dedican a actividades diferentes a la radio, de hecho no tienen ningún tipo de formación en radio, pero se logra percibir una actitud abierta a realizar algún tipo de capacitación que a futuro pueda brindar la emisora en este campo.

Los integrantes de la emisora Universitas Estéreo son conscientes de que la radio comunitaria tiene una clara orientación hacia el servicio a la comunidad y sobre la necesidad de generar espacios de participación, esto se convierte en algo que incide en el quehacer de la radio y en las acciones que cada uno de ellos emprende. También co-ayuda a plasmar los principios de la radio comunitaria y el sentido mismo de la emisora.

Esto adquiere mucha más relevancia, si se tiene en cuenta que en Universitas Estéreo por su forma de organización y sus dinámicas de funcionamiento quien tiene un programa, en la mayoría de veces, se encarga de elaborar la programación, la escogencia de temas a abordar durante la emisión y todo su proceso de producción, por tanto, tener claro cuál es el sentido de la radio comunitaria y su papel frente a la comunidad influye en las decisiones que tomen respecto a lo que le van a transmitir a su audiencia y sus modos de entender, comprender y hacer radio.

Le asignan un lugar importante a la participación de la comunidad y entienden la necesidad de que esta se presente de manera permanente y de distintas formas. Sin embargo, se puede ver en ellos el deseo y la inquietud de que los habitantes del municipio lo hagan con más frecuencia, pues aunque los distintos espacios tienen su sintonía, consideran que no se aprovecha al máximo, teniendo en cuenta las posibilidades y los espacios que abre el medio.

La mayoría de espacios de comunicación o momentos para discutir temas relacionados con la emisora son informales, pues no es una práctica recurrente que se adelanten reuniones entre los directivos y los integrantes de la emisora. Muchos de ellos coinciden en que las buenas relaciones y la facilidad que existe para acceder a los directivos de la emisora, explica la no existencia de espacios formales de comunicación al interior de la emisora. Sin embargo, uno de los integrantes, Bernardo Palacio, Director del programa Tropi-Vallenato, es partidario de generar puntos de encuentro o de conformar un comité consultivo compuesto por las personas encargadas de los distintos programas de la emisora, con el propósito de ayudar en la gestión y solución de los problemas que pueda tener la emisora.

Sin lugar a dudas, los espacios informales son importantes al interior de una organización, pero también es indispensable crear escenarios de discusión formales al interior de la emisora, pues estamos hablando de un proyecto de radio comunitaria que requiere de la adhesión de todos sus integrantes al proyecto y que a partir de sus ideas se emprendan acciones tendientes a sostenerlo. Además

de contribuir a que estos se conviertan en dolientes de la emisora y así evitar que sea un solo grupo de personas el que decida y asuma el rumbo y las dificultades que pueda sufrir la emisora.

Y es que para Alfonso Gumucio, quien indica que la sostenibilidad de los medios comunitarios se debe mirar desde tres perspectivas: Sostenibilidad económica, Sostenibilidad Social y Sostenibilidad Institucional. Esta última, la institucional, reúne lo externo e interno de cara a fortalecer los procesos participativos, en lo interno hace referencia a los procedimientos, relaciones humanas y labores al interior de la experiencia. Lo anterior, concretamente, abarca la democracia interna, los mecanismos de decisión y la transparencia de la gestión.

También se ha manifestado desde la mirada teórica que sustenta el presente estudio, que la gestión de las emisoras comunitarias es un juego de consensos, disensos y transformaciones que involucra a toda la institución y a todos sus integrantes. La gestión también se constituye del análisis de sus relaciones con el entorno.

En general, los colaboradores de la emisora las diferencias que encuentran entre una radio comercial y comunitaria, es que esta última debe estar más orientada hacia el servicio a la comunidad, a abordar temas locales y, sobre todo, que está abierta a que cualquier ciudadano pueda acceder a la emisora. No obstante, en lo que se refiere a la estética y la capacidad de producir contenidos de calidad, consideran que no existen diferencias y que Universitas Estéreo puede tener programas con igual o mayor calidad que las radios comerciales.

Para la elaboración de los diferentes programas, los encargados de estos realizan un proceso de planeación y preparación previa a la emisión del programa, en este caso, como la mayoría son musicales la práctica más recurrente es la selección de las canciones y los artistas que van a sonar en la emisora.

## **9. RESULTADOS**

### **9.1. ESTRUCTURA UNIVERSITAS ESTÉREO**

#### **Contenidos**

- ✓ La programación de la emisora Universitas Estéreo es marcadamente musical, lo cual incide en los formatos y contenidos que fomenten el dialogo local, el fortalecimiento de las costumbres y las iniciativas que se dan desde la propia comunidad, para marcar diferencia entre los medios convencionales y los alternativos.
- ✓ Los contenidos que la emisora Universitas Estéreo brinda a su audiencia son ajustados a la realidad económica y financiera del medio. La elaboración de programas hablados como, noticieros o de opinión, no hacen parte de la parrilla de programación de la emisora debido a los costos de producción y contratación de talento humano que se debe asumir para su elaboración.
- ✓ La intención de mantener buenas relaciones con los distintos sectores de la comunidad y su apuesta de no tomar postura en el ámbito político y religioso, constituyen un papel determinante en la no inclusión de programas que aborden este tipo de temáticas. No obstante, la emisora de manera esporádica participa de actividades relacionadas con estos aspectos.
- ✓ La oferta de programas y contenidos es asumida en su mayoría por personal vinculado a la emisora bajo la figura de colaboradores y su permanencia en la emisora se limita a la producción y conducción del espacio, el resto de programación es asumida por el locutor-operador de planta.
- ✓ Contar con una parrilla de programación que está a cargo, en su mayoría, de personal que no devenga un salario, no garantiza la estabilidad y permanencia de la programación que en la actualidad tiene la emisora.

## **Audiencia**

- ✓ Los modos de interacción que Universitas Estéreo establece con su audiencia no trascienden los de la radio comercial, el contacto con esta se genera mediante llamadas telefónicas, comentarios en redes sociales y la página de internet.
- ✓ Universitas Estéreo enfoca su relación con la comunidad desde la necesidad de abrirle espacios a esta, mediante acciones concretas como la puesta de servicios sociales o clasificados de manera gratuita y la oportunidad de que las instituciones promuevan sus actividades.
- ✓ Universitas Estéreo centra su interés en toda la población de El Cerrito y no en un grupo específico de la comunidad, por eso su intención de ofrecer contenidos y actividades enfocadas a satisfacer los gustos y necesidades de los habitantes del municipio.
- ✓ La emisora no cuenta con métodos que le permitan conocer las características de su audiencia y que sirvan de soporte para fijar su parrilla de programación, y medir el impacto que generan sus contenidos.

## **Administrativo**

- ✓ Desde las leyes que regulan el funcionamiento de la radio comunitaria en Colombia se ha concebido que estas sean entregadas en concesión a organizaciones que gocen de alto reconocimiento en la comunidad y estén debidamente organizadas; lo anterior, sumado a la intención de la Fundación Centro Cultural Universitas de integrar la emisora a los demás proyectos de la entidad, ha incidido en que el funcionamiento, los procesos y la operación de Universitas Estéreo esté altamente influenciado y adopte formas de organización y gestión de la institución fundadora del medio.
- ✓ Pertenecer a una institución más grande le ha permitido mantenerse en el tiempo, pero ha desencadenado que la emisora no construya un proyecto institucional que reúna las dimensiones político-cultural, comunicacional y empresarial. Ni lidere procesos de gestión que le permitan convertirse en un proyecto auto-sostenible. La pauta publicitaria aunque se constituye en una de las



principales fuentes de ingreso, no genera los recursos económicos suficientes para su funcionamiento. Esto provoca que la Fundación Centro Cultural Universitas asuma los costos de operación de la emisora en gran medida.

✓ El número de personas (2) contratadas de forma directa por la emisora para llevar a cabo labores administrativas, de operación y gestión de la emisora, no es suficiente. Esto provoca que muchas de las labores recaigan sobre una sola persona y se vea alterado el logro de los objetivos del medio.

✓ A pesar de que se incluyen instancias como la Junta de Programación encargada de establecer y brindar los lineamientos sobre la parrilla de programación, no se evidencia un nivel de participación y democracia en la toma de decisiones que afecten o incidan en el funcionamiento y gestión de la emisora. El poder de decisión en Universitas Estéreo es centralizado.

### **Rol de los integrantes**

✓ Universitas Estéreo mantiene parámetros para incluir personas a la emisora propios de la radio comunitaria que se ven reflejados en la no exigencia de un título profesional o de un perfil específico para acceder a un espacio o programa en la emisora.

✓ La emisora carece de espacios formales a los cuales los integrantes del medio puedan recurrir cuando deseen expresar alguna inquietud respecto a su programa o tema en general.

✓ La figura de colaborador es el vínculo más común que Universitas Estéreo emplea para el ingreso de personal a la emisora. Los conductores de programas y locutores no devengan un salario.

### **Percepción de los habitantes**

✓ Los habitantes de El Cerrito consideran que la emisora es un medio de comunicación que aporta al fortalecimiento de las costumbres, los valores y las

tradiciones artísticas y culturales. También se considera que contar con un medio como Universitas Estéreo es importante para el municipio.

✓ En el municipio la mayoría de los habitantes conoce de la existencia de Universitas Estéreo y sostiene haberla escuchado en algún momento; a pesar de esto, la participación de la comunidad en la vida de la emisora se genera mediante llamadas telefónicas a los distintos programas y los servicios sociales. No trasciende a instancias como la administración, gestión y, en general, actividades relacionadas con el funcionamiento y la toma decisiones del medio.

✓ Las instituciones del municipio ven en Universitas Estéreo la posibilidad de que la comunidad se informe sobre los diversos acontecimientos de índole local y destacan el potencial del medio en pro de que los ciudadanos se conozcan entre sí.

✓ Las instituciones no participan de Universitas Estéreo y en la elaboración de contenidos. Desconocen espacios incluidos en la legislación como la junta de programación que tiene como objeto que los distintos sectores de la población hagan parte de la emisora, brinden lineamientos y definan la parrilla de programación.

✓ Posicionar la emisora mediante la implementación de estrategias es uno de factores que consideran las instituciones del municipio debe emplear Universitas Estéreo, pues se considera que la emisora necesita posicionarse más entre sus habitantes.

✓ La radio comunitaria es asociada por la comunidad de El Cerrito como un medio circunscrito a lo local y destinado a abordar temáticas de carácter municipal.

✓ La posibilidad de vincularse a la emisora ya sea en la elaboración de programas o en los distintitos espacios destinados a que la comunidad se integre, son desconocidos por los habitantes de El Cerrito.

✓ Los habitantes de El Cerrito muestran interés porque dentro de la parrilla de programación se incluyan temáticas relacionadas con: problemáticas sociales, educación sexual, cultural y medio ambiente.

## **Integrantes de la emisora**

- ✓ Los integrantes de Universitas Estéreo no cuentan con formación en medios, ejercen sus actividades de manera empírica.
- ✓ Asumen y entienden a Universitas Estéreo como un medio que debe estar orientado hacia al servicio y que debe suscitar espacios de participación a la comunidad
- ✓ Las fallas técnicas y la necesidad de actualizar los equipos son mencionados como factores a mejorar y que asocian con los niveles de audiencia y participación por parte de la comunidad en la emisora.
- ✓ Las diferencias que establecen entre una emisora comercial y una comunitaria, se ubica en la oportunidad que brinda esta última a la comunidad de expresarse en el medio, los contenidos que ofrece, la orientación al servicio y la posibilidad que se le da a las personas de tener un espacio en este cuando lo requieran, y no en lo que respecta a la calidad y estética de los contenidos emitidos.

## 10. CONCLUSIONES

Analizar la estructura de la emisora Universitas Estéreo, desde los contenidos, el rol de los integrantes, la audiencia y lo administrativo, fue el objeto de esta investigación que se desarrolló en el municipio de El Cerrito, en el departamento del Valle del Cauca.

El Cerrito, “fundado en 1825 por el presbítero Manuel José Guzmán, fue declarado municipio en 1846. Su territorio está dividido en dos regiones: una plana a orillas del río Cauca y otra montañosa en la cordillera central. El Cerrito es región Agrícola e industrial”<sup>178</sup>.

En el presente estudio se adelantaron un total de siete (7) entrevistas a directivos y miembros de la emisora Universitas Estéreo. En el caso de los directivos se acudió a Armando Nieto Navia, Presidente de la fundación Centro Cultural Universitas, entidad propietaria de la emisora, Martha Lucia Marmolejo, Directora Ejecutiva y Adriana Atehortua, Directora Administrativa de Universitas Estéreo. Además se entrevistó a los conductores y directores de los distintos programas con que cuenta la emisora en la actualidad, quienes por lo general se han mantenido en esta desde sus inicios, entre ellos se encuentran: Raúl Tenorio, director del espacio Recordar es Vivir; Oveimar Lozano, conductor del programa de Música Colombiana; Bernardo Palacio, director de Tropi-Vallenatos y Javier Gómez, locutor y operador de planta de la emisora.

Con el objetivo de reconocer la percepción que tienen los habitantes del municipio en relación a Universitas Estéreo, se aplicó una encuesta de 16 preguntas que indagaba, entre otras cosas, sobre el nivel de conocimiento acerca el medio, sobre los hábitos de consumo del medio radiofónico, el papel que desempeña la emisora, los contenidos de su interés, etc. Para conocer más a fondo sobre lo que se piensa de la emisora se consideró de enorme importancia obtener la opinión y la visión de otras entidades del municipio que ejercen trabajo directo con la comunidad o algún tipo de contacto con esta, en tal sentido se procedió a entrevistar a los representantes de dos instituciones reconocidas, en este caso el Comandante del Cuerpo de Bomberos Voluntarios, Guillermo Obando y al párroco de la Iglesia Nuestra Señora del Chiquinquirá, Anibal Soto. Esta articulación permitió profundizar en la manera en que se percibe a Universitas Estéreo dentro del contexto en que se desenvuelve.

---

<sup>178</sup> Información General municipio de El Cerrito [en línea]. [Consultado 02 de Agosto de 2013]. Disponible en Internet: [http://elcerrito-valle.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://elcerrito-valle.gov.co/informacion_general.shtml)

El surgimiento de Universitas Estéreo como medio de comunicación comunitario tiene sus raíces en el reconocimiento y legalización de este tipo de medios en el año 1995 por parte del estado colombiano, pero previo a eso, específicamente en 1966, ya los pasos para gestar lo que hoy es Universitas se venían adelantando por un grupo de ciudadanos, entre los que se encontraba Alfredo Nieto Navia, que se mostraban inquietos por crear una radio en el municipio. Lo que empezó como algo muy artesanal y de las entrañas de los miembros de la Fundación Centro Cultural Universitas, se consolidó con el reconocimiento del estado.

Lo que permite decir que Universitas Estéreo es un proyecto radiofónico inspirado por unos ciudadanos agrupados en una institución que promueve la cultura en el municipio de El Cerrito como lo es la casa de la cultura. Con un amplificador y un tocadiscos, hasta una guadua que hacía las veces de antena, se dieron los primeros pasos de lo que hoy se conoce como Universitas Estéreo. Fue el 21 de Junio del año 1997, cuando los sonidos que hasta ese entonces solo arropaban el parque principal, llegaron a todos los rincones del municipio. Los mismo parlantes ubicados en la plaza principal, sumado a un perifoneo, sirvieron para dar la noticia a los habitantes de que ya tenían una emisora propia.

Ese día inició operaciones Universitas Estéreo con equipos de transmisión alquilados, pero 8 años después adquirieron equipos propios. El primer programa que se emitió, heredado de las experiencias previas, fue Universitas Al aire, posteriormente se fueron creando programas como Fantasías Infantiles y Buenos Días Navidad.

La radio comunitaria como ha sido pensada por el gobierno Nacional desde 1995, hunde sus raíces en la Radio Sutatenza que surge en 1947 como un proyecto educativo para transformar las condiciones de vida de los campesinos. La Radio comunitaria se sitúa en la línea de los derechos humanos al facilitar el derecho a la comunicación de los sectores más vulnerables de la sociedad.

Estas radios han sido concebidas desde el gobierno nacional como medios destinados a funcionar dentro de contextos locales, a fin de facilitar la participación de la comunidad en la construcción de sus propios discursos, de responder a sus necesidades de información y de opinión, y de reflejar sus intereses. Desde la reglamentación de la radio comunitaria, se precisa la necesidad de abrir espacios de participación a los distintos sectores de la comunidad, de dar lugar a la pluralidad de voces, apoyar el respeto a la diferencia y, sobre todo, a contribuir al desarrollo de las poblaciones.

Desde el primero que se expidió en 1995, hasta hoy, en materia de radio comunitaria se han fijado varios decretos, pero con cambios no muy profundos en la manera en que se otorgan las licencias de funcionamiento, en los fines del servicio, en relación a lo que deber ser la programación y la manera en que se conciben este tipo de medios. Quizás el cambio más significativo se encuentra en el decreto 1981 de 2003, donde se incorporan las Juntas de Programación con la intención de garantizar la participación de los distintos sectores e instituciones del municipio en la emisora, y también la creación de Manuales de Estilo. A pesar de eso se ha avanzado en la creación de políticas en pro de fortalecer estos medios que se ven plasmadas en la creación del documento CONPES 3506 del año 2008. Se logra ver que dentro del marco normativo de la radio comunitaria siempre se ha mantenido limitación en cuanto al tiempo que tienen para emitir pauta publicitaria en una hora, la no emisión de propaganda política y los requisitos para la adjudicación de las licencias de funcionamiento.

La sostenibilidad económica sigue siendo uno de los temas más álgidos de la radio comunitaria, aunque se han realizado intentos desde distintos sectores por generar políticas o acciones concretas en esta materia, como el proyecto de ley presentado por el senador Juan Manuel Galán en el año 2012, que entre otras cosas buscaba que a las emisoras que abordaran determinadas temáticas dentro de su programación se les asignara no menos del 33% de la publicidad del municipio, gobernación o del mismo estado, no ha sido posible lograr un equilibrio en cuanto a esto respecta. Dicho proyecto no trascendió en el congreso.

En esta investigación se abordó el concepto de radio desde dos miradas: la del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la de José Ignacio López Vigil, siendo pertinente retomarlos.

De un lado, el estado define la radio comunitaria como:

un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales. Por tanto, todos los proveedores de este servicio tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados.<sup>179</sup>

---

<sup>179</sup> COLOMBIA. MINISTERIO DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Resolución 415 de 2010 (Abril 13 de 2010). Por el cual se expide el

Por su parte López Vigil, en su Manual Urgente para Radialistas apasionados, sostiene que:

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria.<sup>180</sup>

Si bien es cierto que se tuvieron en cuenta otros autores y definiciones, estas dos influenciaron en gran medida la manera como se entendió en este estudio dicho concepto. Aquí se comprende la radio comunitaria, como aquella que está destinada a fortalecer los valores locales y que responde a los intereses concretos de los ciudadanos de un determinado territorio; como un medio que promueve la participación ciudadana, una radio que respeta la diferencia y que recoge multiplicidad de voces; que asume la pluralidad como el camino más indicado hacia la construcción de una verdadera democracia. Que respeta y entabla relaciones con su audiencia, y que brinda alternativas de entretenimiento.

Partiendo de lo propuesto desde la legislación colombiana sobre la orientación que debe tener la programación de la radio comunitaria hacia la generación de espacios de expresión, información, educación, promoción cultural; entre otros, sumado a los criterios consignados en el manual de estilo de la emisora, se evidencia que esta no logra recoger dentro de su parrilla de programación dichos aspectos, a pesar de sus esfuerzos por incluir espacios con miras a cumplir dichos objetivos, emitiendo temáticas específicas como el programa de orientación familiar y la emisión de música autóctona. Su oferta de contenidos tiene una clara orientación hacia programas musicales de carácter comercial y una carencia de diversidad de temas, géneros y formatos que aglutinen y den cuenta de sus valores, principios y de espacios que fomenten el dialogo local.

---

Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones [consultado el 4 de Abril de 2014]. Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/index.php/docs-normatividad?pid=57&sid=638:415>

<sup>180</sup> LÓPEZ VIGIL, Ignacio José. Manual Urgente Para Radialistas Aficionados. [en línea]. [Consultado 16 de Agosto de 2013]. Disponible en Internet: [http://www.radialistas.net/manual\\_urgente/ManualUrgenteRadialistas.pdf](http://www.radialistas.net/manual_urgente/ManualUrgenteRadialistas.pdf)

Si bien es cierto que ofrecer música no constituye una práctica inadecuada, entendiendo que dentro de sus propósitos también está la idea de brindar posibilidades de entretenimiento y recreación a su audiencia, la programación no debe estar constituida meramente por espacios de este tipo. Se debe trascender hacia la consolidación de una parrilla de programación que no solo de cuenta de sus propósitos como radio comunitaria, sino como un medio de comunicación que debe distar de lo que normalmente se escucha en las cadenas radiales de índole comercial. Los ciudadanos deben encontrar otras alternativas, otros temas que por lo general no tienen espacio en las otras emisoras y que están llamados a estar en los radios locales, sonar únicamente música es tarea de otros medios cuyo propósito es ese.

En Universitas Estéreo, a pesar de que no se evidencia veto hacia ninguna temática en particular, se guarda distancia frente a contenidos relacionados con política y religión, que a pesar de ser abordados en determinados momentos, no se encuentran incluidos de manera permanente dentro de la parrilla de programación. Más allá de eso, si la intención de la radio comunitaria es dar voz a todos los ciudadanos y abrir camino a la pluralidad, es necesario que Universitas Estéreo centre su atención en buscar la forma y el discurso más acorde para incluir en su programación temas tan recurrentes como los ya mencionados, más si se parte de la idea de que:

.... cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una *radio comunitaria*.<sup>181</sup>

En lo que a la audiencia respecta, desde el planteamiento teórico aquí expuesto se entiende el vínculo emisor-audiencia como una relación activa en la que la segunda no funge únicamente como un simple receptor que está condenado a recibir un mensaje, todo lo contrario en la radio comunitaria la audiencia es vista como ciudadanos que participan de la elaboración de contenidos y que se involucran de diversas formas con el medio, Claudia Villamayor plantea que “la relación con la audiencia es fundamental en los radios ciudadanos. Es una comunicación caliente con los oyentes que construye lazos con ellos y que no se

---

<sup>181</sup> Ibid., Disponible en: [http://www.radialistas.net/manual\\_urgente/ManualUrgenteRadialistas.pdf](http://www.radialistas.net/manual_urgente/ManualUrgenteRadialistas.pdf)



reduce al mero compartir códigos formales sino que crea instancias de participación de la audiencia más allá del aire”<sup>182</sup>.

En la radio comunitaria conocer la audiencia es de vital importancia porque su trabajo debe estar orientado a reflejar los intereses y las discusiones que al interior de las comunidades se están gestando, de ahí la importancia de enfocar esfuerzos con miras a conocer los receptores de los distintos programas de manera integral; sin embargo, Universitas Estéreo no cuenta con estudios de audiencia que orienten el establecimiento de su parrilla de programación, que midan el impacto que están teniendo sus contenidos y que permita decir que la emisora conoce de manera integral sus receptores.

Cabe señalar que:

“más que buscar desesperadamente realizar un análisis de audiencias para generar estrategias de publicidad o marketing dirigidos a que nos escuchen indiferenciadamente más personas y así conseguir más pauta publicitaria (audiencias como potencial mercado), es importante reconocer teóricamente primero que nuestras emisoras entienden las audiencias como ciudadanos cualificados y que tienen una obligación de ayudar a hacer visibles las demandas ciudadanas, de establecer un diálogo constante con ellos, de procurar el bienestar común y de llevar diversidad de puntos de vista a sus comunidades, es decir, entender las audiencias como ciudadanos activos y no como simples consumidores”<sup>183</sup>.

Resulta importante que en Universitas se asuma a todos habitantes del Cerrito como su público objetivo y no únicamente a un pequeño grupo, lo que demuestra su interés por atender las necesidades de información, de entretenimiento y el abordaje de temas que los aquejan. Y es que para Jeanine El Gazzí, “la radio comunitaria no puede orientarse a un solo tipo de audiencia. El ideal es ofrecer una programación de alta calidad, que tenga en cuenta a diferentes grupos y

---

<sup>182</sup> VILLMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. Quito, 1998. AMARC

<sup>183</sup> MEDINA VALENCIA, Andrés; TAMAYO, Camilo Andrés y ROJAS, Ingrid. Analizar audiencias, construir sueños. Manual metodológico para la medición y análisis local de las audiencias de las emisoras comunitarias en Colombia. COLOMBIA. Ministerio de Tecnologías de la Información Y las Comunicaciones.

sectores de la comunidad según sus actividades y la forma en que consumen diferentes medios”<sup>184</sup>.

En cuanto a la participación hay que decir que Universitas Estéreo logra un 20% de participación de la audiencia en la emisora, que puede ser considerada alta teniendo en cuenta las características propias de un medio como la radio y la influencia de emisoras comerciales de ciudades cercanas al municipio donde está ubicada, pero esta se restringe a llamadas telefónicas y puesta de servicios sociales, no trasciende a actividades que tengan directa relación con el manejo administrativo, la definición de políticas y la elaboración de programas. Lo que deja ver que no se logran vínculos, aunque sea de su interés, con la audiencia, ni modos de participación distintos a los que proponen los medios convencionales.

Universitas Estéreo debe trabajar en la búsqueda de una mayor participación de la audiencia en aspectos directamente relacionados con la gestión de la emisora y que superen las formas que brindan las emisoras comerciales, pero “para generar esos espacios de participación las radios comunitarias deberán propiciar formas de organización que superen las clásicas estructuras de las radios comerciales, en las que las decisiones concernientes a los objetivos, políticas, programación y recursos económicos, eran responsabilidad de la dirección o dueño de la empresa”<sup>185</sup>.

Al respecto hay que destacar que la legislación sobre la radio comunitaria en Colombia, ha creado instancias como las Juntas de Programación con el propósito de que los diversos sectores de la comunidad participen en la definición, control y establecimiento de la parrilla de programación de la emisora, algo con lo que cuenta Universitas Estéreo, pero se puede observar que su papel no es tan dinámico como uno lo imaginara, pues los encuentros o reuniones se dan cuando más, tres (3) veces al año. Esto también conlleva a pensar que esta es una figura formal.

Pero al margen de la Junta de Programación, que como se ha planteado es una exigencia de la legislación de este tipo de medios, se debe ahondar en buscar que

---

<sup>184</sup> EL GAZI, Jeanine. Que suene la radio: guía de Trabajo del Taller de Producción Radial. USAID y MINISTERIO DE CULTURA (dirección de comunicaciones). p. 25.

<sup>185</sup> ARANGUREN GONZALO, Luis. La Participación Ciudadana: Posibilidades y Retos [en línea]. Bilbao 2004. [Consultado 20 de Marzo de 2013]. Disponible en Internet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1301307>

ese 20% de los ciudadanos que ha participado de la emisora mediante llamadas o puesta de clasificados, se interese o involucre más allá de salir al aire, pues “la radio comunitaria apunta no sólo a participar en la vida comunitaria, sino también a posibilitar que la comunidad participe a su vez en la vida de la emisora; es una relación de doble vía. Esta participación puede llevarse a cabo en distintos niveles: propiedad, gerencia, administración, financiación, programación”<sup>186</sup>.

En relación a la percepción que tienen los oyentes sobre la emisora, es pertinente destacar que los habitantes de El Cerrito (81%) conocen de la existencia de una emisora en el municipio y se asocia con Universitas Estéreo; al tiempo que el 91% de los ciudadanos en algún momento la ha escuchado, además es reconocida como un medio que aporta al fortalecimiento de las costumbres, valores y tradiciones artísticas y culturales. Algo que se constituye en un capital que debe aprovechar el medio para consolidarse dentro del municipio.

Desde las instituciones, en este caso la Iglesia Católica y el cuerpo de Bomberos Voluntarios del municipio, representadas a través de sus directivos, se cree en las virtudes y posibilidades que brinda un medio comunitario en pro del desarrollo del municipio, sus manifestaciones artísticas y el crecimiento de sus habitantes. No obstante, no existe un involucramiento por parte de estas en la emisora Universitas Estéreo que logre consolidar dicho reconocimiento.

Recordemos que “la sostenibilidad social está íntimamente relacionada con la participación de los actores sociales y con la apropiación del proceso comunicacional. Sin la participación comunitaria, la experiencia de comunicación se convierte en una isla en medio del universo humano en el que opera. La programación de la radio no puede sino reflejar las necesidades de ese universo humano y apoyar el proyecto político comunitario”<sup>187</sup>.

Por otro lado, hay que mencionar que la Fundación Centro Cultural Universitas, entidad fundadora y gestora de Universitas Estéreo, ha sido un soporte para la emisora, entendiendo que se ha esmerado por sacar adelante el proyecto en lo que a recursos, manejo administrativo y funcionamiento se refiere. Pero el hecho

---

<sup>186</sup> MUÑOZ, José Luis; VILLEGAS URIBE, Esmeralda; VELASCO, Gloria y HURTADO SAA, Teodora. Sostenibilidad social y cultural de la Radio Comunitaria. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

<sup>187</sup> GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Arte de Equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Op. cit., p. 4.

de pertenecer a dicha entidad, ha incidido que todos los procesos de la emisora estén ajustados a esta institución.

Desde las leyes que reglamentan el servicio de radiodifusión comunitaria en el contexto Colombiano, está pensado que estos medios sean entregados en concesión a organizaciones debidamente constituidas y que cumplan un rol social dentro del lugar donde van a operar, hecho que ha influenciado en que algunas emisoras como Universitas Estéreo no cuenten con un organigrama y un proyecto institucional propio como lo sugieren Claudia Villamayor y Ernesto Lamas, al igual que el Manual La Radio Comunitaria una empresa social sustentable, al plantear que estas radios deben de asumir estructuras organizacionales propias de un medio de comunicación comunitario, que demuestre democracia y participación interna y la manera como articula a todos los actores de interés. En el caso de Universitas Estéreo el manejo administrativo, los modos de organización (estructura) y la toma de decisiones se encuentra ajustada a la de la entidad fundadora del proyecto radial.

Sobre este tema Claudia Villamayor y Ernesto Lamas, aclaran “que la estructura de una radio tiene las particularidades propias de una organización que cumple funciones comunicacionales. No sirve, por lo tanto, trasladar allí ni los modos que cada uno de nosotros tiene en la vida personal ni los de otras instituciones que tienen una finalidad distinta. Porque la organización tiene que estar acorde con las características del proyecto y con los objetivos que se traza”<sup>188</sup>.

Aunque los mismos autores señalan que cada medio está en la libertad de elegir las formas de organización que más les convenga, lo anterior nos permite decir que la emisora debe tratar de construir su propio modelo gestión desde las perspectivas que estos mismos autores proponen: político-cultural, comunicacional y empresaria. Un proyecto escrito que sea su ruta de navegación a corto, mediano y largo plazo, además de avanzar en la creación de una estructura que se ajuste más a sus necesidades, con miras a ser autónoma en sus acciones sin necesariamente desligarse de la institución madre, ya que como lo hemos expuesto dicha entidad ha sido el soporte del medio durante sus 17 años de existencia.

---

<sup>188</sup> VILLMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto. Gestión de la Radio comunitaria y ciudadana. Op. cit., p. 99.

Universitas Estéreo no ha logrado consolidarse como un medio auto-sostenible, los ingresos por concepto de pauta publicitaria no alcanzan a cubrir los gastos de operación de la emisora, por lo que la fundación Universitas ha tenido que asumir en gran parte su financiamiento. Y es que los directivos del medio plantean que una de las dificultades que han debido asumir es el tema de la sostenibilidad económica, algo que de acuerdo con el personal administrativo del medio, ha condicionado el abordaje de programas como informativos o de variedades dentro de la programación por los costos de producción y de contratación de personal que se debe asumir para realizar este tipo de espacios.

Claro que la preocupación por los problemas relacionados con la financiación no es un factor meramente de Universitas Estéreo, tal como lo expone Sandra Osses “El asunto de la sostenibilidad económica es el más fuerte talón de aquiles de la propuesta de la Radio Comunitaria en Colombia, donde no existe un gran apoyo financiero por parte de ONG o del Estado y las mismas experiencias no tienen experiencia en manejos financieros, de gestión y planeación”<sup>189</sup>. En un encuentro sobre Radio en CIESPAL, a un experto en Radio comunitaria le pidieron un ejemplo de una radio en América Latina que trabajara por el desarrollo y fuera sustentable. Su respuesta fue: “No conozco un medio que trabaje por el desarrollo y sea autosustentable”<sup>190</sup>.

Pese a lo mencionado anteriormente y conscientes de que no es algo que aqueja solamente a Universitas Estéreo, es pertinente y necesario pensar en encontrar formas de financiación diversas y, no menos importante, en políticas de estado tendientes a fortalecer y brindar apoyo económico a este tipo de medios. Sumado a eso, Universitas debe crear procesos de gestión y planeación enfocados directamente al tema financiero.

Universitas Estéreo no exige formación en radio a quienes deseen hacer parte de la emisora, esto es ratificado por el hecho de que la mayoría de las personas que conforman el equipo de la emisora no tiene formación en radio o temas relacionados con la comunicación, son empíricos. La vinculación de algunas de estas personas data de la constitución oficial de Universitas como medio comunitario hace 17 años, existen casos de integrantes que desde esa época están en el medio.

---

<sup>189</sup> OSSES, Op. cit., p. 148.

<sup>190</sup> CONTRERAS, Adalid. Estrategias de comunicación, desarrollo y radiodifusión. En: JARAMILLO, Edgar (ed.). Desafíos de la Radio en el nuevo milenio. Quito: CIESPAL, 2003. P. 74.

En Universitas, no existen espacios formales para abordar temas o situaciones específicas sobre el funcionamiento de la emisora, es un asunto que no es visto por los integrantes de la emisora como una prioridad por las buenas relaciones y la facilidad que tienen para acceder a los directivos del medio; sin embargo, no todos los integrantes lo ven de esa manera, uno de ellos considera que es necesario propiciar escenarios en los que los encargados de los distintos programas puedan participar y co-ayudar en la gestión de la emisora. A su parecer, las personas encargadas de la administración están asumiendo muy solos los escollos y aspectos relacionados con el funcionamiento del medio.

A esto se suma que aunque existen instancias como la Junta de Programación encargada de establecer y brindar los lineamientos sobre la parrilla de programación, conformada por distintos sectores de la comunidad, no se evidencia un nivel de participación y democracia en la toma de decisiones de carácter administrativo ni en la gestión de la emisora a nivel interno. Las decisiones normalmente son tomadas por los directivos de la Fundación Centro Cultural Universitas y Universitas Estéreo, lo que hace pensar que existe un grado de centralización en ese sentido.

En este orden de ideas, sería pertinente que en Universitas Estéreo se tomen acciones tendientes a incluir a los integrantes de la emisora (locutores, administrativo, etc.) en los espacios donde se toman las decisiones. Recordemos que una de las características, de varias, que deben tener los modos de organización elegidos por la radio, es que se debe propiciar “formas que permitan una articulación, entre las personas y los sectores, y un modo de ejecución que garantice la participación en la toma de decisiones respetando la integridad e integralidad de la radio como organización pero, al mismo tiempo, reconociendo los aportes específicos de las áreas y de las personas”<sup>191</sup>.

Para finalizar, es pertinente destacar que esta investigación logró alcanzar los objetivos propuestos y resolver la pregunta problema. No obstante, la investigación no agota el objeto de estudio y se propone como un referente para nuevos aportes que se puedan adelantar en esta materia.

---

<sup>191</sup> VILLMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. Quito, 1998. AMARC

## BIBLIOGRAFÍA

ARANGUREN GONZALO, Luis. La Participación Ciudadana: Posibilidades y Retos [en línea]. Bilbao: Universidad de la Rioja, 2004 [consultado 20 de Marzo de 2013]. Disponible en Internet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1301307>

BALLESTEROS, Tito. La radio un medio para la imaginación. 86 p.

BELTRÁN, Luis Ramiro. Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años [en línea] [consultado 16 de Agosto de 2013]. Disponible en: <http://comsocialup.com/documentos/desarrollo.pdf>

BLANCO, Rosa; Umayahara, Mami y REVECO, Ofelia. Participación de las Familias en la Educación Infantil Latinoamericana. Santiago, Chile, agosto 2004. Publicado por la Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe

BONILLA CASTRO, Elssy y RODRÍGUEZ SEHK, Penélope Más allá del dilema de los métodos: La investigación en ciencias sociales. 3 ed. Bogotá D.C.: Grupo Editorial Norma, 2005. 424 p.

BRECHT, Bertold. Teorías de la radio. En: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Mayo-Agosto, 2003. Vol. V, no. 2, p. 5-16.

Características, alcances sociales e impacto del servicio de radiodifusión comunitario en Colombia. Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga, 2008.

COLOMBIA. CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL. República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación. Lineamientos de Política para el Fortalecimiento del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.

COLOMBIA. MINISTERIO DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Listado de emisoras comerciales, comunitarias y de interés público [en línea]. Disponible en: [http://www.mintic.gov.co/images/documentos/radio\\_difusion\\_sonora/listado\\_emisoras.xls](http://www.mintic.gov.co/images/documentos/radio_difusion_sonora/listado_emisoras.xls)

\_\_\_\_\_. Decreto 1981 de 2003. "Por el cual se reglamenta el Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones" [en línea]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8814>

\_\_\_\_\_. Resolución 002235 de 2008. Por la cual se crea el Comité Consultivo de Radio Comunitaria [consultado el 12 de marzo de 2014]. Disponible en internet: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/Radiodifusion%20Sonora/Archivos%20PDF/Resolucion%202235%20Comite%20Consultivo%20Radio%20Comunitaria.pdf>

COLOMBIA.MINISTERIO DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES y MINISTERIO DE CULTURA. Políticas para la Radiodifusión en Colombia. Bogotá, D.C., 2004.

Definición Radio Comunitaria [en línea]. Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC. Disponible en internet: <http://www2.amarc.org/?q=es/node/131>

Diccionario Real Academia Española [en línea]. <http://lema.rae.es/drae/?val=Rol> [consultado el 9 de Junio de 2014]

EL'GAZI, Jeanine y DUPLAT, Tatiana. La radio en Latinoamérica. [En línea] [consultado 28 de Marzo de 2014]. Disponible en Internet: <http://www.comminit.com/node/67184>

EL GAZI, Jeanine. Que suene la radio: guía de Trabajo del Taller de Producción Radial. Usaid y Ministerio de Cultura (dirección de comunicaciones). p. 25.

ESCALLON GARCÍA, Flor. Modelo Operativo de Radio Comunitaria Como Espacio Promotor de la Participación Democrática, Movilización y Autogestión Comunitaria en Comunidades Vulnerables del Departamento del Atlántico: Estudio



De Caso. Tesis Maestría en Desarrollo Social. Barranquilla: Universidad del Norte, 2006.

FAJARDO ROJAS, Miguel; TOLOZA SUÁREZ, Beatriz; TIBADUIZA ARAQUE, Fernando y MARÍN ARANGO, Olga. La Radio Comunitaria Una empresa Social Sustentable. Herramientas para la Gestión. Bogotá: Ministerio de tecnologías de la Información y las Comunicaciones y Ministerio de Cultura, 2011. 80 p.

GALÁN PACHÓN, Juan Manuel. Proyecto por el cual se modifica el servicio de radiodifusión sonora comunitario y se dictan otras disposiciones [consultado febrero 3 de 2014]. Disponible en Internet: <http://congresovisible.org/proyectos-de-ley/por-la-cual-se-modifica-el-servicio-de-radiodifusion-sonora-comunitario-y-se-dictan-otras-disposiciones-radiodifusion-sonora-comunitario/6900/>

GASCON BAQUERO, M.<sup>a</sup> Carmen. La radio en la educación no formal. Perú-Barcelona (España).Ediciones CEAC, 1991. 121 p.

GIBSON, James L; IVANCEVICH, John M y DONELLY, James H. Las Organizaciones. Comportamiento, Estructura y Procesos. 8 Ed. Madrid, España: Producción Editorial diorki, servicios integrales de edición general Moscardo.

González R., Esperanza. Manual sobre participación y organización para la gestión local. Ediciones Foro Nacional por Colombia, Cali 1.995, p. 99. Citado por ESTRADA, María; MALO, Edda Madrid y GIL, Luz Marina. La Participación está en Juego .Bogotá, D.C.: Junio, 2010.

GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Arte de Equilibristas: la Sostenibilidad de los medios de Comunicación Comunitarios [en línea] [consultado 16 de Agosto de 2013]. Disponible en Internet: <http://ucbconocimiento.ucbcba.edu.bo/index.php/rpc/article/view/493>

GUMUCIO DAGRON, Alfonso. El Cuarto Mosquetero: comunicación para el Cambio Social. En Educación y Desarrollo. Enero-Junio, 2004, vol.12, no. 1, p. 02-23.

GUMUCIO DAGRON, Alfonso. HACIENDO OLAS: historias de comunicación participativa para el cambio social. New York, NY: The Rockefeller Foundation, 2001. 356 p.

KAPLÚN, Mario. Una Pedagogía de la Comunicación: el Comunicador Popular. La Habana: Editorial Caminos, 2002.

LAMAS, Ernesto. Gestión Integral de la Radio Comunitaria. Quito, 2003. Centro de Competencias en Comunicación para América Latina y Friedrich Ebert Stiftung.

LÓPEZ VIGIL, Ignacio José. Manual Urgente Para Radialistas Aficionados. Uruguay: UNFAP, 2004. 143 p.

\_\_\_\_\_. Integración andina y comunicación: un reto del presente. Citado por Modelo Operativo de Radio Comunitaria Como Espacio Promotor de la Participación Democrática, Movilización y Autogestión Comunitaria en Comunidades Vulnerables del Departamento del Atlántico: Estudio De Caso.

LUDEÑA, Alejandro Fernández. Educación y Participación Un sueño posible. Madrid-España: Fundación Entreculturas, 2012.

MARTÍNEZ-COSTA, M<sup>a</sup> Pilar y MORENO MORENO, Elsa (coord.). Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia, Ariel, Barcelona, 2004. Citado por MORENO, Elsa. Las “radios” y los modelos de programación radiofónica. En: Comunicación y Sociedad. 2005. vol. XVIII, núm. 1, p. 62-111.

MEDINA VALENCIA, Andrés; TAMAYO, Camilo Andrés y ROJAS, Ingrid. Analizar audiencias, construir sueños. Manual metodológico para la medición y análisis local de las audiencias de las emisoras comunitarias en Bogotá: Colombia. Ministerio De Tecnologías De La Información Y Las Comunicaciones.

MERAYO PERÉZ, Arturo. Para entender la radio. 2da Edición. Salamanca (España): Publicaciones Universidad Pontificia.: 2000. 371 p.

MORA, Camilo. Formas de Participación en las Radios Comunitarias habilitadas del Táchira: Estudio de caso. En Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones Vol. 4. No.1, Artículo 6 [en línea]. Disponible en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/1528>

MUÑOZ, José Luis; VILLEGAS URIBE, Esmeralda; VELASCO, Gloria y HURTADO SAA, Teodora. En: Sostenibilidad social y cultural de la Radio Comunitaria. Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones.

ORTIZ, Miguel Ángel y MACHADO, Ortiz. Técnicas de Comunicación en radio. Barcelona (España) -Buenos Aires (Argentina). : Paidós Ibérica, 1994. 157 p.

OSSES RIVERA, Sandra Liliana. Nuevos Sentidos de lo Comunitario: La Radio Comunitaria en Colombia. Tesis para optar el grado de Maestro en Ciencias Sociales. México D.F.: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), 2002. 182 p.

PEDRAZA, Jorge Hernando. Proyecto de ley por la cual se declara una amnistía a emisoras comunitarias y de interés público, se condonan deudas a emisoras indígenas de interés público y se dictan otras disposiciones [en línea] [consultado marzo 05 de 2013]. Disponible en: <http://www.secretariasenado.gov.co/PROYECTOS%20DE%20LEY%20PRESENTADOS%20EN%20NUEVA%20LEGISLATURA%202013%202014/PL%2055-13%20S%20AMNISTIA.pdf>

PEREIRA GONZÁLEZ. José Miguel. Comunicación y Ciudadanía. Apuntes para comprender los procesos de las radios y televisiones locales y comunitarias en Colombia. En SIGNO Y PENSAMIENTO: Universidad Javeriana. 2001, Vol. 20. No. 38, pp. 102-116.

PRIETO, Iris. Programación radiofónica y Espacios informativos. Maracaibo, Venezuela.: Universidad de Zulia (Ediluz), 2001. 250 p

RODRIGUEZ, Clemencia; OBREGÓN, Rafael y VEGA, M. Jair. Estrategias de Comunicación para el Cambio Social. Quito, Ecuador.: Edición Friedrich - Ebert – Stiftung. 2004. 520 p.

VILLMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. Quito: AMARC, 1998. 40 p.

## ANEXOS

### Anexo A. Cronograma y recursos

#### CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9
Búsqueda de información y reconocimiento de la emisora									
Acercamiento con directivos e integrantes de la emisora.									
Revisión documental y lectura de literatura existente.									
Diseño de herramientas de investigación									
Realización de entrevistas									
Aplicación de encuestas									
Sistematización de los datos									

Organización y Presentación de los datos									
Análisis e interpretación de los datos									
Escritura de capítulos									
Elaboración de informe Final									
Redacción de conclusiones									

## RECURSOS

### Talento Humano:

- Autor del trabajo
- Director de Trabajo de Grado
- Presidente Centro Cultural Universitas
- Directora Ejecutiva Fundación Centro Cultural Universitas y Emisora
- Directora Administrativa Emisora
- Locutores y conductores de programas
- Operador de Sonidos
- Representantes de instituciones del municipio (2)

### Recursos Materiales:

- Instalaciones de la Emisora Universitas Estéreo 89.0 Fm
- Grabadora de audio
- Computador portátil
- Cuaderno
- Lápiz
- Lapiceros
- Impresora

### Recursos Económicos:

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	TOTAL
Impresión de Formatos de encuesta	70	30 Pesos	\$ 4.200
Transporte para asesoría de trabajo (El Cerrito-Cali)	6	20.000	\$ 120.000
Transporte desplazamiento a emisora	10	2.000	\$ 20.000
Cuaderno para apuntes	1	10.000	\$ 10.000
			\$ 154. 200

## Anexo B. Parrilla de programación



### **FUNDACION CENTRO CULTURAL UNIVERSITAS CASA DE LA CULTURA**

**EL CERRITO VALLE**

**EMISORA COMUNITARIA UNIVERSITAS STEREO**

RESOLUCION N. 001695 DE 05/08/08 MINCOMUNICACIONES



### **PARRILLA DE PROGRAMACION**

<b>HORARIOS</b>	<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO Y FESTIVOS</b>
<b>05:00 A.M A 7:00 A.M</b>	<b>AMANECEER COLOMBIANO - MUSICA COLOMBIANA</b>						<b>AMANECEER COLOMBIANO</b>
<b>7:00 A.M A 9:00 A.M</b>	<b>CITA CON EL AMOR - BALADAS DE SIEMPRE</b>					<b>HABLEMOS EN FAMILIA</b>	<b>BALADAS DE AYER Y DE HOY</b>
<b>9:00 A.M A 12: 00 M</b>	<b>LINEA DIRECTA- MUSICA VARIADA</b>					<b>TROPIVALLENATOS</b>	<b>RECORDAR ES VIVIR LOS BOLEROS Y SU HISTORIA</b>
<b>12:00 M A 2:00 P.M</b>	<b>ACUARELA MUSICAL - MUSICA INSTRUMENTAL</b>					<b>MUSICA VARIADA</b>	<b>VEJOTEKA</b>
<b>2:00 P.M A 4:00 P.M</b>	<b>CONEXIÓN LATINA - MUSICA VARIADA</b>					<b>TOP 20 LATINO</b>	
<b>4:00 P.M A 6:00 P.M</b>	<b>ZONA UNIVERSITAS - CLASIFICADOS Y MUSICA VARIADA</b>						
<b>6:00 P.M A 9:00 P.M</b>	<b>GENERACION XXI - MUSICA VARIADA</b>						
<b>9:00 P.M A 5:00 A.M</b>	<b>PROGRAMACION CROOSOVER</b>					<b>MUSICA VARIADA</b>	<b>MUSICA VARIADA</b>



## **Anexo C: Formato de encuesta.**

**Género:** Masculino\_\_\_\_ Femenino\_\_\_\_

**Barrio:** \_\_\_\_\_

**Nivel de educación:** Primaria\_\_\_\_ Secundaria\_\_\_\_ Universitaria\_\_\_\_

**Edad:** Niño (6-12 años)\_\_\_\_ Joven (13-21)\_\_\_\_ Adulto (22 años o más)\_\_\_\_

### **1. ¿A través de que medio escucha emisoras?**

Radio\_\_\_\_ Internet\_\_\_\_

### **2. ¿Con que frecuencia escucha radio?**

Todos los días, más de una hora\_\_\_\_ Todos los días, menos de una hora\_\_\_\_

Tres veces a la semana\_\_\_\_ Semanalmente\_\_\_\_ Otra\_\_\_\_

### **3. ¿Cuándo fue la última vez que escuchó radio?**

Hoy\_\_\_\_ Ayer\_\_\_\_ Hace una semana\_\_\_\_ Hace un mes\_\_\_\_ Otra\_\_\_\_

### **4. ¿Conoce qué es una emisora comunitaria?**

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

### **5. ¿Sabe usted que en el municipio de El Cerrito existe una emisora comunitaria?**

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

### **6. ¿Ha escuchado alguna vez la emisora Universitas Estéreo?**

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

**7. Si su respuesta anterior fue:**

**A. Sí,** indique ¿qué tipo de programas escucha en la emisora?

Informativos\_\_\_\_ Magazines\_\_\_\_ Musicales\_\_\_\_ De opinión\_\_\_\_

Otra\_\_\_\_\_

**B. No,** indique ¿Por qué?

\_\_\_\_No sé en qué dial puedo sintonizar la emisora

\_\_\_\_La escuché alguna vez, pero la programación no me pareció interesante

\_\_\_\_La escuché alguna vez, pero no me gustó el sonido

Otra\_\_\_\_\_

**8. ¿Le gusta la emisora?**

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

**9. ¿Ha participado alguna vez en la emisora?**

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

**10. Si su respuesta anterior fue:**

**A. Sí,** indique ¿cómo ha sido esa participación?

\_\_\_\_Llamando a los programas

\_\_\_\_En la elaboración de programas

\_\_\_\_Proponiendo temas para los programas

\_\_\_\_Colocando Clasificados

\_\_\_\_Asistiendo a actividades programadas por la emisora

\_\_\_\_Denunciando problemáticas

\_\_\_\_Miembro Junta de Programación

\_\_\_\_Otra ¿Cuál/es?\_\_\_\_\_

**B) NO**, indique ¿por qué?

\_\_\_\_\_ No me interesa participar en la emisora

\_\_\_\_\_ Me interesa, pero no tengo claro cómo hacerlo

\_\_\_\_\_ Otra

**11. ¿Considera que la emisora Universitas Estéreo contribuye al fortalecimiento de los valores y costumbres del municipio?**

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

**12. ¿Considera que la emisora en sus programas promueve las manifestaciones culturales y artísticas de El Cerrito?**

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

**13. Que el municipio de El Cerrito cuente con una emisora comunitaria le parece:**

**A.** Importante\_\_\_\_\_ **B.** Normal\_\_\_\_\_ **C.** Poco trascendente\_\_\_\_\_ **D.** N/R\_\_\_\_\_

**14. ¿Qué temas le gustaría que se abordaran en los programas de la emisora Universitas Estéreo?**

\_\_\_\_\_ Problemáticas locales

\_\_\_\_\_ Educación sexual

\_\_\_\_\_ Deporte

\_\_\_\_\_ Cultura

\_\_\_\_\_ Tecnología

\_\_\_\_\_ Medio ambiente

\_\_\_\_\_ Musicales

\_\_\_\_\_ Otra ¿Cuál/es?\_\_\_\_\_

**15. ¿Sabe usted que puede participar de la emisora Universitas Estéreo en la elaboración de programas o través de la junta de programación?**

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

**16. ¿En Qué aspectos se fija a la hora de escuchar una emisora?**

☐ La programación

☐ Los periodistas, presentadores o Disk jockeys

☐ Los concursos

☐ La música

Otra \_\_\_\_\_

## **Anexo D: guía de entrevistas**

### **Formato Entrevista Integrantes de la Emisora Universitas Estéreo**

1. ¿Hace cuánto trabaja en la emisora?
2. ¿Cómo llegó a la emisora?
3. ¿Qué funciones cumple usted dentro de la emisora?
4. ¿Qué tipo de vínculo laboral tiene con la emisora?
5. ¿Tiene algún tipo de formación en radio o ha recibido alguna capacitación en este campo?
6. ¿Por qué piensa usted que es importante una emisora comunitaria en el municipio?
7. ¿Conoce la diferencia entre una emisora comercial y una comunitaria?
8. ¿qué percepción tienen los oyentes sobre la emisora?

## **Guía Entrevista Directivo de la Emisora Universitas Estéreo 89.0 F.M.**

### **Directora Administrativa**

#### **Contenidos**

1. Qué tipo de contenidos ofrece la emisora
2. Como se definen los contenidos de la emisora
4. Quienes participan en la elaboración de la parrilla de programación de la emisora
- 5.Cuál es el rol de la Junta de Programación en la parrilla de programación
6. Qué tipo de programas son los que mayor presencia tiene en la programación de la emisora: musicales, informativos, magazines
7. A la hora de crear un programa de radio que aspectos tienen en cuenta.

#### **Audiencia**

8. Cuáles son las formas de interacción entre la emisora y los oyentes
9. La emisora tiene alguna forma de medir la audiencia y el impacto que están teniendo los contenidos en la audiencia.
10. Tienen algún tipo de estrategias para incentivar la participación de la comunidad en la elaboración de programas o composición de la junta de programación.
11. De qué manera incentivan la participación de la comunidad en la emisora
12. Cómo se da la participación de la comunidad en la vida de la emisora.
13. Los programas de la emisora son creados a partir del gusto de los oyentes.

**Guía Entrevista Directivo de la Emisora Universitas Estéreo 89.0 F.M.**  
Directora Ejecutiva Fundación Centro Cultural Universitas

**Personal Emisora**

1. Quienes son las personas que hacen parte de la emisora
2. Tienen algún perfil definido sobre las personas que pueden hacer parte de la emisora
3. Cuantas personas integran el equipo de la emisora
4. Qué tipo de vínculo laboral tienen las personas que hacen parte de la emisora.
5. Los integrantes de la emisora tienen algún tipo de formación o capacitación sobre radio y temas afines a la comunicación.

**Administrativo**

1. Quienes participan de la toma de decisiones en la emisora
- 2.Cuál es el procedimiento a seguir cuando se requiere tomar una decisión en la emisora.
3. Cómo está constituido el equipo directivo de la emisora
4. ¿La emisora cuenta con un organigrama?
5. ¿La emisora tiene logo y eslogan?
6. De qué manera se financia la emisora
5. Cómo gestionan recursos para el sostenimiento de la emisora
6. La emisora tiene Junta de Programación
7. Quiénes conforman la Junta de Programación
8. ¿La emisora cuenta con un proyecto institucional propio?
9. ¿La emisora recibe algún tipo de apoyo de la alcaldía municipal?
10. ¿De qué manera se da la participación de los distintos sectores del municipio en la emisora?
11. ¿Cómo es la relación entre los directivos de la emisora y los colaboradores?

**Formato Entrevista Instituciones (Comandante cuerpo de Bomberos  
Voluntarios-Sacerdote)**

1. ¿Por qué cree usted que es importante para el municipio contar con un medio de comunicación local?
2. ¿Cuál cree usted que es el aporte que la emisora Universitas Estéreo le hace al municipio?
3. ¿Considera que la emisora Universitas Estéreo aporta al fortalecimiento de las costumbres, valores locales y desarrollo del municipio?
4. ¿Su institución como participa de la emisora Universitas Estéreo?
5. ¿Qué sugerencia le haría a los directivos de la emisora entorno al funcionamiento y manejo que se ha dado a esta?